

Rhetorik der Ausgrenzung

**Die Ästhetisierung des Alltags in der
deutschen Pop-Literatur der 1990er Jahre**

Eva Riedi
Universität Fribourg
2008

Dissertation zur Erlangung der Doktorwürde
an der Philosophischen Fakultät der Universität Freiburg (CH)
Genehmigt von der Philosophischen Fakultät
der Universität Freiburg / Schweiz
auf Antrag der Professoren Harald Fricke und Moritz Baßler.
Fribourg, den 6. März 2008
Dekan Prof. Dr. Jean-Michel Spieser

<i>Einleitung</i>	6
<i>Das verunsicherte Subjekt und seine Suche nach neuen Orientierungspunkten</i>	9
<i>Wahrnehmung, Sprache und die Konstruktion von Wirklichkeiten</i>	11
<i>Wahrnehmungs-Erweiterung und Realitäten als Flucht</i>	12
<i>Die Folgen der soziokulturellen Veränderungen für die Literatur (-wissenschaft)</i>	16

TEIL I: DIE POP-LITERATUR DER 1990ER JAHRE UND IHRE ANALYSE.....19

1. POP-LITERATUR DER 1990ER JAHRE	20
1.1. <i>Einleitung</i>	20
1.2. <i>Eine Differenzierung</i>	22
2. EMPHATISCHE RHETORIK DER AUSGRENZUNG.....	27
2.1. <i>New Rhetoric</i>	27
2.1.1. Ansätze	28
2.1.2. Argumentationen.....	29
2.1.3. Rhetorische Figuren	30
2.1.4. Emphase	31
2.2. <i>Rhetorik-Analyse: Ausschiessen, Abschwächen, Einschränken</i>	31
2.2.1. Argumentationen.....	34
2.2.1.1. Einordnungsschemata	37
2.2.1.1.1. Definitionen	37
2.2.1.2. Vergleichsschemata	41
2.2.1.2.1. Vergleich	42
2.2.1.2.2. Illustratives Beispiel.....	44
2.2.1.2.3. Analogie	45
2.2.1.2.3.1. Analogie mit vier Komponenten.....	45
2.2.1.2.3.2. Analogie mit drei Komponenten.....	48
2.2.1.3. Gegensatzschemata	51
2.2.1.3.1. Konträr und kontradiktorisch	51
2.2.1.4. Autoritätsschemata	53
2.2.1.4.1. Antiautorität	54
2.2.1.4.2. Autorität	55
2.2.2. Fazit.....	58
2.3. <i>Rhetorische Figuren</i>	59
2.3.1. Abweichungsmodell.....	59
2.3.1.1. Phonologische Figuren.....	60
2.3.1.2. Metonymische Wortverbindungen.....	62
2.3.1.2.1. Synekdoche	62
2.3.1.2.2. Komposita	63
2.3.1.3. Syntaktische Figuren.....	66
2.3.1.3.1. Rhetorische Frage	66
2.3.1.4. Semantische Figuren	68
2.3.1.4.1. Metapher	69
2.3.1.4.1.1. Anal- und Fäkalmetaphorik	70
2.3.1.4.1.2. Tiermetaphorik.....	71
2.3.1.4.1.3. Müllmetaphorik.....	71
2.3.1.4.1.4. Kriegsmetaphorik.....	72

2.3.1.4.2.	Antithese	73
2.3.1.4.3.	Anspielung	76
2.3.1.4.3.1.	Zitate	77
2.3.1.4.3.2.	Allusion	79
2.3.1.4.4.	Hyperbel	82
2.3.1.4.4.1.	Superlative	82
2.3.1.4.5.	Ironie	85
2.3.1.4.5.1.	Parodie	87
2.3.1.4.5.2.	Selbstironie	90
2.3.2.	Fazit	91
2.4.	<i>Emphatische Subjektivität zwischen Nähe und Distanz</i>	93
2.4.1.	Das mimetisch-diegetische Gefälle	93
2.4.1.1.	Das Raum-Zeit-Gefüge	94
2.5.	<i>Typographie</i>	96
2.5.1.	Majuskeln	96
2.5.1.1.	Erzähler-Kommentar	96
2.5.1.2.	Parodierte Redewiedergabe	97
2.5.1.3.	Superlative	98
2.5.2.	Ausrufezeichen	99
2.6.	<i>Fazit</i>	101

TEIL II: AUTORSCHAFT UND ALLTAGSÄSTHETIK IM ZEITALTER DER MASSEN MEDIEN 103

1.	AUTORSCHAFT IM ZEITALTER DER MASSEN MEDIEN	104
1.1.	<i>Prämissen</i>	107
1.2.	<i>Der Autor: ein weites Feld</i>	108
1.2.1.	Der Autor aus literaturgeschichtlicher Sicht	108
1.2.2.	Der Autor aus literaturtheoretischer Sicht	109
1.2.3.	Der Tod des Autors als Geburt des Lesers	112
1.2.4.	Die Wiedergeburt des Autors	114
1.2.5.	Der Leser als Ausgangspunkt von Autorschaft	114
1.2.6.	Weimars Theorie der Doppelten Autorschaft	115
1.2.7.	Doppelter Leser	116
1.2.8.	Der Leser als Teil einer Wirkungsästhetik	117
1.2.9.	Der Literaturkritiker als besonderer Leser	124
1.2.10.	Rezeption	127
1.2.11.	Intertextualität	129
1.2.12.	Sampling	135
1.2.13.	Literaturbetrieb	137
1.2.14.	Vermarktung	138
1.2.15.	Virealitäten	143
1.3.	<i>Fazit</i>	146
2.	ALLTAGSÄSTHETIK: IHRE ARTEN DER MOTIVATION UND IHRE MANIFESTATIONEN IN DEN TEXTEN DER POP-LITERATUR	149
2.1.	<i>Alltagsästhetik</i>	149
2.2.	<i>Pop-Literatur als (ästhetische) Kommunikation</i>	154
2.3.	<i>Fiktion im Dienste der Ästhetisierung</i>	156
2.3.1.	Fiktion als Grenzüberschreitung im Dienste der Ästhetisierung	157
2.4.	<i>Lebenswelt – eine Definition</i>	164
2.4.1.	Lebensstil und Lebenswelt	168

2.4.2.	Lebensstil und Geschmack.....	169
2.4.3.	Geschmack – eine Begriffsbestimmung.....	174
2.4.4.	Geschmack – eine Frage von <i>Klasse</i>	176
2.4.5.	Geschmacksurteile – ein Differenzierungsprinzip.....	182
2.5.	<i>Fazit</i>	186
SCHLUSSWORT.....		189
LITERATURVERZEICHNIS		191
PRIMÄRLITERATUR.....		191
SEKUNDÄRLITERATUR		192
INTERNET		210
WÖRTERBÜCHER UND LEXIKA		211
ZEITUNGEN UND ZEITSCHRIFTEN		212

Einleitung

Getrieben vom „Steigerungsimperativ“¹ unserer Gesellschaft, die mittlerweile zur „Multioptionsgesellschaft“² mutiert ist, nachdem die Moderne als „Entfesselungskünstlerin“³ dafür gesorgt hat, dass „alles möglich“⁴ und „nichts unmöglich“ ist,⁵ kommen die Soziologen,⁶ und wenn nicht die ganze Gesellschaft, doch zumindest die „Generation Golf“, zum nüchternen Fazit, dass absolute „Orientierungslosigkeit“⁷ herrscht. Denn wenn alles möglich ist, dann ist gleichsam nichts möglich⁸ oder um mit der Rhetorik der Generation Golf zu argumentieren: Was alle können und machen, ist „out“.⁹ Alle können (aber) alles machen. Daraus folgt: Alles ist „out“. Zugespitzter kann das „Sinnloch des modernen Menschen“¹⁰ nicht auf den Punkt gebracht werden.

Die Moderne hat mit ihrem „unaufhörlichen Versuch, die Kluft zwischen gelebten Wirklichkeiten und erträumten Möglichkeiten zu überwinden“¹¹ einen Prozess der Demokratisierung unserer Gesellschaft in Gang gesetzt, der nur auf den ersten Blick hält, was er verspricht. Unter vermeintlicher Demokratisierung nämlich wird nicht nur die (durchaus positive) Erhöhung des Lebensstandards und der Lebenserwartungen, des „Wohlfahrtsstaates“¹² der minder privilegierten Schichten unserer Gesellschaft verstanden, sondern eben aller Schichten. Somit findet nichts anderes statt als das, was Ulrich Beck als den „Fahrstuhl-Effekt“¹³ bezeichnet hat. Dieser „Fahrstuhleffekt“ besagt, dass die „Klassengesellschaft“¹⁴ insgesamt eine Etage höher gefahren wird und dass bei allen neu sich

¹ Peter Gross: „Die Multioptionsgesellschaft“ (1994), S. 32.

² Ebd.

³ Gross (1994), S. 338, „die sich aller Fesseln entledigt hat“.

⁴ Alexandre Kojève, in: Gross (1994), S.9

⁵ Werbe-Slogan Toyota

⁶ Ulrich Beck (Die Risikogesellschaft), Peter Gross, (Die Multioptionsgesellschaft), Gerhard Schulze (Die Erlebnisgesellschaft), Helga Nowotny (Unersättliche Neugier), um nur ein paar zu nennen, weisen im Zusammenhang mit unserer pluralistischen „Multioptionsgesellschaft“ (Gross) immer wieder auf die Orientierungslosigkeit des Individuums im Zuge der wachsenden Auswahlmöglichkeiten sowohl im materiellen wie auch im geistigen Bereich hin.

⁷ Alexander v. Schönburg, in: „Tristesse Royale“ (2002).

⁸ Oder wie Georges Clemenceau es formuliert hatte: „Alles ist richtig, nichts ist richtig. Das ist der Weisheit letzter Schluß.“, in: Gross (1994), S. 67.

⁹ Das radikal negativ besetzte „Out“ der Generation Golf kann an dieser Stelle durch alle möglichen ästhetisch negativ konnotierten Adjektive ersetzt werden, je nach Milieu mit „uncool“, „unpassend“, „hässlich“, „inakzeptabel“ etc. Gemeint sind jedoch keine ethisch-moralischen oder religiösen Kategorien im Sinne von „gut und böse“, „richtig und falsch“ etc.

¹⁰ Gross (1994), S. 67.

¹¹ Gross (1994), Klappentext.

¹² Gross (1994), Beck (1986).

¹³ Ulrich Beck: „Risikogesellschaft“ (1986).

¹⁴ Ulrich Beck (1996), S. 122. Auf die Notwendigkeit, den Begriff der „Klassengesellschaft“ zugunsten einer Alternativen wie „Milieu“ zu vermeiden, wird im Verlaufe der Ausführungen ersichtlich.

einpendelnden oder durchgehaltenen Ungleichheiten ein kollektives Mehr an Einkommen, Bildung, Mobilität, Recht, Wissenschaft und Massenkonsum sich einstellt.“¹⁵

In der Konsequenz werden subkulturelle Klassenidentitäten und –bindungen ausgedünnt oder aufgelöst. Gleichzeitig wird ein Prozeß der Individualisierung und Diversifizierung von Lebenslagen und Lebensstilen in Gang gesetzt, der das Hierarchiemodell sozialer Klassen und Schichten unterläuft und in seinem Wirklichkeitsgehalt in Frage stellt.¹⁶

Eben dadurch, dass das Hierarchiemodell mit den verwendeten Definitionen in Frage gestellt wird, muss auch über neue Paradigmen gesprochen werden. Denn für die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe sind nicht mehr wie nach der klassischen, marxistisch geprägten Klassentheorie Herkunft und Bildung¹⁷ massgeblich, sondern die richtige Auswahl an Konsumgütern und Lebensstilen, die (fast) allen gleichermassen zur Verfügung stehen. Für solch milieubildende Verhaltensweisen hat Pierre Bourdieu den Begriff des „Habitus“¹⁸ eingeführt, der im Verlauf dieser Arbeit noch mehrfach von Interesse sein wird.

Für die *Demokratisierung* unserer Gesellschaft im Bezug auf den Zugriff zu Konsumgütern bedeutet das konkret, dass sie zwar den grössten Teil unserer Gesellschaft, aber nicht jene im Ganzen betrifft. Gelang den unteren sozialen Gruppierungen der „Mittelschicht“¹⁹ durch den „Fahrstuhl-Effekt“ der Aufstieg in die „breite Mittelschicht“²⁰, welcher alle Optionen unserer Massenkultur zur Verfügung stehen, so sind immer noch gewisse soziale Randgruppen von dieser ausgeschlossen. Anders gesagt: aus den Ärmsten sind keine kauffähigen und somit an der Massenkultur teilnahmeberechtigte Mitglieder der Gesellschaft geworden, sie sind nach wie vor davon ausgeschlossen. Somit berücksichtigt der „Fahrstuhl-Effekt“ nicht alle Mitglieder unserer Gesellschaft, und kann streng genommen keine Demokratisierung postulieren.

¹⁵ Nach Beck (1996), S. 122.

¹⁶ Beck (1996), S. 122.

¹⁷ Mehr dazu in Hans-Peter Müller „Sozialstruktur und Lebensstile“ (1992), Ulrich Beck, „Risikogesellschaft“ (1986), und Peter Gross, „Die Multioptionsgesellschaft“ (1994).

¹⁸ Pierre Bourdieu, „Die feinen Unterschiede“ (1982), und „Die Regeln der Kunst“ (1999).

¹⁹ Dieser Begriff sei hier nur behelfsweise verwendet. und im Dienste einer besseren Verständlichkeit, da die Semantik von „Schicht“ eine hierarchische Struktur impliziert, die für eine post-marxistische Sozietäts-Struktur nicht mehr tragbar ist, da diese eine Horizontalisierung und somit Gleichsetzung von gesellschaftlichen Gruppierungen verlangt.

²⁰ Breite Mittelschicht deshalb, weil sie nach der Demokratisierung tatsächlich in ihrem Streuungsgebiet breiter geworden ist, sodass sie die Mitglieder der „Mittelklasse“ (um bei der alten Terminologie zu bleiben) betrifft, und zwar egal ob „untere“, „mittlere“ oder „obere“ Mittelklasse, also nicht nur das „Bürgertum“, sondern auch die „Arbeiterklasse“.

Dies bedeutet für eine Definition von Milieubildung nach Müller²¹ oder Bourdieu,²² bei der die richtige Auswahl an zugehörigkeitskonstituierenden Gütern aus der Massenproduktion relevant ist, dass sie zu überdenken ist, da sie schlichtweg nicht jene zwar wenigen aber durchaus existenten sozialen Gruppierungen berücksichtigt, die eben nicht über konstitutiven Zugang zu besagten symbolischen Statusträgern verfügen. Die Abgrenzung nach unten, um verständnis halber bei der alten (Klassen)-Terminologie²³ zu bleiben, folgt durch den Ausschluss vom Zugriff zu Massengütern. Die Abgrenzung nach oben jedoch erfolgt von oben, oder anders formuliert: die Reichsten grenzen sich selbst von der breiten sozialen Masse ab.²⁴ Sie tun dies nicht nur, indem sie sich so gut es geht von Massengütern fernhalten, sondern vor allem, indem sie sich den Luxus leisten, Kunst noch als Kunst anzusehen, und sich nicht der demokratisierenden Tendenz anschließen, im Zuge der Stilisierung des Lebens Gegenstandsobjekte in einen Kultstatus zu erheben, der dem der Kunst entspricht.

An dieser Schnittstelle wird die Ausgrenzung und Abgrenzung der jeweiligen „sozialen Räume“²⁵ am evidentesten sichtbar: Während sich der „soziale Raum“ der *breiten Masse* den Luxus erlauben kann, Gebrauchsgegenstände zu Kultobjekten zu stilisieren, distanziert sich die privilegierteste soziale Gruppe von solchen Praktiken, indem sie lediglich der hohen Kunst den Kultstatus zuspricht. In diesem sozialen Milieu hängt die ästhetische Wahrnehmung nach wie vor an der Bildung und gilt als Vermögen einer distinguierten Urteilskraft, die über geschmackliche Zuordnungen hinausgeht. Den Stilisierungstendenzen der breiten Masse wird allenfalls ein pejorativ besetztes alltagsästhetisches oder oberflächenästhetisches Moment zugesprochen.²⁶ Die sozialen Randgruppen wiederum können es sich nicht erlauben, einen Gebrauchsgegenstand über seine Funktionalität zu erheben und ihn in ein Statussymbol zu transformieren. An dieser Unterscheidung bezüglich des Umgangs mit Konsum wird die soziale Division von Geschmack ersichtlich,

²¹ Hans-Peter Müller: „Sozialstruktur und Lebensstile. Der neuere theoretische Diskurs über soziale Unterschiede“ (1992).

²² Pierre Bourdieu, „Die feinen Unterschiede“ (1982).

²³ Nach der Klassentheorie besteht das soziale System aus ganz klar hierarchischen, vertikal organisierten „Klassen“, die von „unten“ nach „oben“ verlaufen.

²⁴ Hans-Peter Müller vertritt im Zusammenhang mit der „Stilisierung der Lebensführung“ die Meinung, dass sie als ein Phänomen der „Mittelschicht“ anzusehen sei, und zwar aus dem Grund, dass die „Oberschichten so, wie sie sind,... nicht unter dem Zwang und Druck stehen, sich nach oben abzugrenzen.“ (S. 374). Diese Theorie berücksichtigt jedoch nicht die Tatsache, dass die Abgrenzungsrichtung, um mit den hierarchischen Begrifflichkeiten von Müller zu sprechen, vertikal nach unten verläuft, und nicht nach oben. Zudem berücksichtigt die Theorie nicht den Bezug zur Ästhetik, welche geradezu das Kern-Distinktionsmerkmal ausmacht, durch welches die Abgrenzungen nach unten erfolgen, gerade von der „Oberschicht“.

²⁵ Bourdieu (1982), S. 171 ff.

²⁶ Auf die Alltags- oder Oberflächenästhetik der Generation Golf wird ausführlich in Teil II eingegangen.

den Bourdieu in „dem aus Luxus (und Freizügigkeit) und dem aus Not(-wendigkeit) geborenen Geschmack“²⁷ unterteilt.

Diese vorangegangenen Ausführungen zur Neustrukturierung unserer Gesellschaft vor dem Hintergrund der wissenschaftlichen²⁸ und gesellschaftlichen „Steigerungsimperative“ bilden die Grund- und Ausgangslage für die Auswirkungen, welche diese auf das Subjekt und seine Weltbilder haben.

Das verunsicherte Subjekt und seine Suche nach neuen Orientierungspunkten

Die Philosophen haben die metaphysische Heimatlosigkeit, die Soziologen die Orientierungslosigkeit, die Psychiater das existentielle Vakuum und die Kulturkritiker die geistige Verwahrlosung beschworen. Angesichts der multiplen Optionen einerseits und der verblassten Selbstverständlichkeiten andererseits, also weder wissend, was er eigentlich will, noch glaubend, was er soll, tut sich in der Tat eine Leere auf, die den Menschen von heute immer wieder auf sich selbst zurückwirft, zurückweist. Die Notwendigkeit, selbstverantwortlich mit multiplen Optionen in Umwelt, Mitwelt und sich selbst zurechtzukommen, figuriert in der modernen Soziologie als Individualisierung.²⁹

Die Individualisierung als Selbstverantwortung, als „Freiheit, ein Leben nach ihren oder seinen Vorstellungen führen zu können“³⁰ verspricht und verlangt nicht mehr, als das kantianisch-aufklärerische Schlagwort des „Ausgangs des Menschen aus seiner selbstverschuldeten Unmündigkeit.“ Bedeutet dies folglich, wir Menschen sind durch die Umstände zwar, aber immerhin, wieder und endlich gezwungen frei zu werden? Diese Frage zu bejahen, wäre zu *modern* gedacht, denn sie vernachlässigt schlichtweg die von der Moderne ignorierte Tatsache, dass das Individuum mit dieser Freiheit (immer noch) überfordert, von ihr geradezu „geblendet“³¹ ist.

²⁷ Bourdieu (1982), S. 289. Sowohl der breiten Masse wie auch der privilegiertesten sozialen Gruppierung ist gemeinsam, dass sie sich durch ihren Kapitalbesitz eine abgesicherte Distanz zur „Not(-wendigkeit)“ erlauben können. Geschmack als wichtigstes Distinktionsmerkmal im Dienste einer Alltags- oder Oberflächenästhetik „paart die Dinge und Menschen, die zueinander passen, die aufeinander abgestimmt sind, und macht sie einander verwandt“. Diese Definition von Bourdieu, die eng mit dem Begriff des „Habitus“ verbunden ist, ist zentral und wird im entsprechenden Kapitel ausführlicher behandelt.

²⁸ Helga Nowotny beispielsweise sieht die Gründe für das „Steigerungsprinzip“ unserer Gesellschaft in der „unersättlichen Neugier“ (so der Titel ihrer Arbeit aus dem Jahr 2005) der Naturwissenschaften, sowie in der daraus in allen Schichten resultierenden „Illusion ... und Hybris ... unseres Fortschrittsglaubens“ (S. 159).

²⁹ Peter Gross (1994), S. 109.

³⁰ Helga Nowotny: „Unersättliche Neugier“ (2005), S. 177.

³¹ Gross (1994), S. 198.

Viel eher drängt sich in Anbetracht dieser Feststellung eine andere, altbekannte Frage auf, nämlich ob die pluralistische Realität als Summe aller möglichen (Realitäts-) Wahrheiten *dem Menschen zumutbar* sei. Die Generation Golf jedenfalls zeugt in ihren Handlungsweisen vom Gegenteil und auch die Soziologen scheinen sich darin einig zu sein, dass das Subjekt, gerade in einer von (Klassen)-Schranken befreiten Welt, sich als erstes dran mache, neue (soziale) Grenzen zu erschaffen. Dies geschieht in Anbetracht der Eliminierung der Realitäts-Fiktions-Dichotomie, um den eigenen subjektiven Realitäten durch „intersubjektive Wiederholung“³² eine Legitimierung zu verschaffen, Sicherheit und damit Orientierung zu erhalten. Denn „je größer die Veränderungen, desto stärker wird der Wunsch nach Halt an etwas, das den Veränderungen widersteht.“³³ Da das Kollektiv³⁴ in der Leere des Überflusses noch am ehesten als orientierungsstiftendes System fungiert,³⁵ kann auch in Zukunft proportional zur Individualisierung mit einer Zunahme an Institutionen und Verbänden und sonstigen Zusammenschlüssen gerechnet werden.³⁶ Sie alle folgen dem Ziel der sicherheitsstiftenden (Ko)-Determinierung von Realitäten des unsicher gewordenen Subjekts. Vor diesem Hintergrund müssen die stark polarisierenden und hierarchisierenden Tendenzen der Generation Golf verstanden werden.³⁷

Anhand der anscheinend unvereinbaren Bestrebung des Subjekts, sich zwischen Individualität und Zugehörigkeit zu einem Sicherheits-Kollektiv zu positionieren, wird ein weiteres Phänomen ersichtlich, das sich nach obigen Ausführungen aus dem Bestreben ergibt, ein Teil jener Realität(en) zu werden, die vom gewünschten Kollektiv anerkannt und so legitimiert werden. Diese Ambition kann als Versuch gedeutet werden, die subjektive Zerrissenheit, die Entfremdung aufzuheben. Dass dieser Versuch jedoch scheitern muss, liegt auf der Hand, da die Grenze zwischen dem Selbst und den Anderen durch die individuelle und niemals auch nur annähernd von zwei Individuen kongruente kognitive

³² Ernst von Glaserfeld in: Gumin / Meier (Hg.): „Einführung in den Konstruktivismus“ (2005), S. 33. Einschränkend sei an dieser Stelle darauf verwiesen, dass die Legitimierung oder zumindest Bestärkung der subjektiven Realitäten durch „intersubjektive Wiederholung“ nur auf Mitglieder des eigenen Milieus bezogen bleibt. Eine Bestärkung der subjektiven Realitäten durch Mitglieder anderer Milieus, von denen es sich ja gerade zu distanzieren gilt, wäre höchst kontraproduktiv, was die Sicherheit durch orientierungsstiftende Zustimmung anbelangt.

³³ Nowotny (2005), S. 181.

³⁴ Es wird sich dabei herausstellen, dass es sich im Falle der Generation Golf dabei um ein privilegiertes Milieu-Kollektiv handelt. Vgl. Teil II, Kapitel 2.

³⁵ Auch Bourdieu (1982), weist im Zusammenhang mit dem Begriff des „Habitus“ (der weiter unten ausführlicher behandelt wird) darauf hin, dass der Zusammenschluss in Systemen, die nach aussen hin „Differenz“ markieren, identitätsbildend und somit orientierungsstiftend wirken. „Soziale Identität gewinnt Kontur und bestätigt sich in der Differenz.“ (S. 279)

³⁶ Ein genauerer Blick auf die Statistik der neu entstandenen Sekten und anderer religiöser oder mystischer Vereinigungen in den letzten Jahren dürfte diese Behauptung stützen.

³⁷ Diese Tendenzen stehen im Zentrum der rhetorischen Stilmittel im Dienste der Alltagsästhetisierung in den untersuchten Texten der Generation Golf.

Realitätskonstruktion determiniert ist. Es handelt sich dabei um eine Art der Entfremdung, die nicht allein aus historischen, ökonomischen oder auch politischen Veränderungen resultiert, wie es der marxistische Ansatz postuliert, sondern dadurch zustande kommt, dass das Subjekt durch seine veränderte Wahrnehmung und die daraus resultierende kognitiv revidierten Weltansicht überhaupt die nötigen Fähigkeiten besitzt, zu realisieren, dass es entfremdet ist, per se schon immer war und, nach heutigem Wissensstand, es immer bleiben wird.

Wahrnehmung, Sprache und die Konstruktion von Wirklichkeiten

Bedeutet obige Ausführungen also, dass die Kognition den Realitäten hinterherhinkt? Oder spielt etwa die Sprache für die Konstituierung der Realitäten die massgeblichste Rolle? Auf jeden Fall ist davon auszugehen, dass sich der Begriff der Wahrnehmung verändert hat. Ein einfaches stimuli-response-Schema traditioneller Verhaltensmodelle muss durch ein Prinzip der „Rückkoppelung“ ergänzt werden. John Richards und Ernst von Glasersfeld skizzieren in übersichtlicher Weise das Modell von William T. Powers, das besagt, dass das Verhalten die Wahrnehmung steuert. Die Verwendung des „Rückkoppelungs“-Begriffs geht jedoch in dieser Arbeit über die von Powers verwendete Definition hinaus und impliziert vielmehr wahrnehmungspsychologische Erkenntnisse, denen zufolge Wahrnehmung nicht nur Erwartungen konstituiert, sondern im Umkehrschluss von den Erwartungen selber (ko)determiniert wird.

In einem solchen Rückkoppelungs-System darf ein wichtiges Element nicht vergessen werden: die Sprache.

Sprachphilosophie und Sprachwissenschaft stehen seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts definitiv im Zeichen der Überzeugung, daß Sprache in hohem Maße Einfluß darauf nimmt, wie und als was Wirklichkeit dem erkennenden Subjekt erscheint.³⁸

Diese Aussage impliziert ontogenetisch eine Vorrangrolle der Sprache, denn ohne sie existiert keine „Wirklichkeit.“³⁹ Gegenpositionen dazu lassen nicht lange nach sich suchen. Hans Gerd Prodoehl beispielsweise skizziert in seiner „Theorie des

³⁸ Monika Schmitz-Emans: „Spiegelt sich Literatur in der Wirklichkeit? Überlegungen und Thesen zu einer Poetik der Vorahnung“ (1994), S. 54.

³⁹ Eine solche Auffassung kommt der solipsistischen Theorie in dem Sinn nahe, als sie eine ontische Realität ausserhalb des Subjekts (als Sprachproduzenten) negiert.

Alltags“⁴⁰ im Zusammenhang mit der Entstehung des Begriffs „Alltag“ eine Argumentationslinie, die sich auf Laermann bezieht und im Kern besagt, dass jedes neue Wort eine neue Realität bezeichnet. Somit stellt er die Sprache entstehungsgeschichtlich hinter die „Wirklichkeit“. Wie weiter oben dargelegt worden ist, hängt die Konstituierung von Wirklichkeit massgeblich von der Wahrnehmung des einzelnen ab. Dieser Konstituierungsprozess muss als ein „Rückkopplungs-Prozess“ verstanden werden, der Wahrnehmung und Verhalten in ein sich reziprok beeinflussendes Verhältnis setzt.

Mit der Beziehung Sprache-Wahrnehmung nun verhält es sich analog dazu.⁴¹ Dabei behaupte ich, ohne an dieser Stelle den Beweis antreten zu können, dass die Sinne, also die Wahrnehmung, ontogenetisch früher auftretende Phänomene sind als die Sprache. Die Entwicklung von der Wahrnehmung zur Sprache verläuft evolutionär linear. Ihr Zusammenspiel erst ermöglicht dem Subjekt, die „Wirklichkeit“ (jeweils in ihrem historischen und gesellschaftlichen Entwicklungsstadium) zu *realisieren*. An dieser Stelle sind beide Phänomene parallel und gleichwertig, wobei die Linearität der Entstehung keine Rolle mehr spielt. Was in diesem Stadium weitaus wichtiger ist, ist die reziproke Rekursivität beider Elemente, wie weiter oben im Zusammenhang mit dem erweiterten Begriff der Rückkoppelung von William T. Powers dargelegt worden ist.

Zusammengefasst besteht der Zusammenhang von Wahrnehmung, Sprache und Realität wie folgt: Am Anfang war nicht das Wort,⁴² sondern der Sinn als solcher⁴³. Ihm folgte evolutionär die Wahrnehmung⁴⁴, welche die Sprache erst nach sich zog. Im Zusammenspiel zwischen Wahrnehmung und Sprache konnte das Subjekt erst die „Wirklichkeit“ realisieren. Von diesem Zeitpunkt an bedingten (und tun es immer noch) sich sowohl Sprache wie auch Wahrnehmung gegenseitig.

Wahrnehmungs-Erweiterung und Realitäten als Flucht

Bei den obigen Ausführungen ist eine relevante Frage bezüglich der Veränderung der Wahrnehmung nicht berücksichtigt worden, nämlich die nach den Faktoren,

⁴⁰ Hans Gerd Prodoehl, „Theorie des Alltags“ in „Soziologische Schriften“ Nr. 39 (1983).

⁴¹ Diese These lehnt sich an Niklas Luhmanns Vergleich von Kommunikation und Wahrnehmung. Dabei weist er auf die „wechselseitigen Abhängigkeiten“ hin, die zwischen diesen beiden autopoietischen Systemen bestehen. Aus: Niklas Luhmann: „Die Kunst der Gesellschaft“ (1997).

⁴² Zumindest nicht für die nicht-literarische Wirklichkeit. Schmitz-Emans zufolge „entstehen alle *möglichen Welten* in der Literatur aus dem Wort – aus einer Sprache, die an unser Vorstellungsvermögen appelliert“ (1994), S. 62.

⁴³ Als zusammenfassender Begriff für alle fünf Sinne (Fühlen, Riechen, Sehen, Schmecken, Hören) in ihrer basalen, physiologischen Funktion.

⁴⁴ Als Weiterentwicklung der Sinne in ihrer rein physiologischen Funktion verstanden.

die eine solche Veränderung bedingen. Bei aller Unschlüssigkeit über die genaue psychologische Wirkung der (visuellen) Medien auf die Rezipienten scheinen sich die Experten zumindest darin einig zu sein, dass unsere⁴⁵ sowieso schon optisch geprägte Wahrnehmung⁴⁶ durch die medialen Bildwelten verstärkt wird.⁴⁷ Dass dieser Prozess bereits seit Mitte des 19. Jahrhunderts durch das „massive Eindringen der Photographie und anderer Bildformen in die symbolische Umwelt [...] als *optische Revolution*“⁴⁸ im Gange ist, wird dabei gern von den Kulturkritikern übergangen, aus lauter Kritik an den *neuen Medien*. So ist es auch nicht erstaunlich, dass sich kritische Aussagen zu den negativen Auswirkungen des Fernsehens täglich mehren, während faktische Analysen zu diesem Phänomen rarer sind. „Die Medien sind das Guckloch in eine phantastische realistische Welt, ein unaufhörlicher Strom von Lockbildern“,⁴⁹ behauptet beispielsweise Peter Gross noch moderat⁵⁰ und ist in guter Gesellschaft. Die ganzen Ausführungen von Neil Postman zum *tödlichen* Umgang mit den „erzeugten Illusionen“ und „Luftschlössern“ des Fernsehens lassen keinen Zweifel an seiner Medien-Kritik. Dabei berücksichtigen beide Autoren durchaus Aspekte, die interessant sind und für eine konstruktive Analyse der Medienrezeption fruchtbare Impulse liefern können⁵¹, beispielsweise wenn Neil Postman George Gerbner zitiert, der dem Fernsehen die Rolle einer „neue(n) Staatsreligion“ beimisst.⁵²

Sowohl Gross wie auch Postman⁵³ gehen in ihren Kritik-Ansätzen von einem gleichen zentralen Punkt aus, nämlich der Unterscheidung von Realität und Fiktion.

⁴⁵ „Unser“ bezieht sich hier auf die hochentwickelte Welt der Globalisierung und Pluralisierung, mit all ihren zur Verfügung stehenden Mitteln der modernen Kommunikation.

⁴⁶ „In der abendländischen philosophischen Tradition gilt die Wahrnehmung (allgemein) als der privilegierte Zugang zur Wirklichkeit. Zusätzlich gibt es in dieser Tradition eine Dominanz des Gesichtssinns über alle anderen Sinne. Mit einigen Ausnahmen, welche die Regel bestätigen, lesen sich alle Erkenntnistheorien als Theorien des Visuellen.“ (Roesler, in: Munker / Roesler (Hg.): „Poststrukturalismus“ (2000), S. 204).

⁴⁷ Beispielsweise Klaus Merten in: Merten / Schmidt / Weischenberg (Hg.) (1994): „Medien entfalten Kommunikation und Kommunikation konstruiert Wirklichkeiten. Damit steigt der Einfluß der Medien auf die Wirklichkeitskonstruktionen des einzelnen weiter an, so daß man [...] die auf diese Weise zustande kommenden Wirkungen der Massenmedien ernst nehmen muß: Nichts ist wirksam und wirklich, was nicht in den Massenmedien konstruiert wird.“

Der Begriff der Kommunikation und deren Zusammenhang mit den sprachlichen Manifestationen der Alltagsästhetik, werden im Teil II Kapitel 2 noch ausführlich behandelt.

⁴⁸ Neil Postman, „Wir amüsieren uns zu Tode“ (1994), hier S. 95.

⁴⁹ Peter Gross (1994), S. 314.

⁵⁰ An anderer Stelle bezeichnet Gross (1994) das Fernsehen als „Schrittmacher des Umgangs mit der Wirklichkeit“, S. 326.

⁵¹ Beispielsweise, wenn Gross (1994) auf die Veränderung unseres Alltags durch das Fernsehen „im Sinne des Fern-Sehens“ hinweist, S. 326.

⁵² Nach Gerbner, zitiert in: Neil Postman (1994), S. 171.

Zum autoritätsstiftenden Potenzial des Fernsehens und ihrer Mitarbeiter wird weiter unten im Zusammenhang mit der Rhetorik-Analyse detaillierter eingegangen.

⁵³ Diese seien an dieser Stelle exemplarisch für die vielen anderen Kulturkritiker zitiert.

Die Wirklichkeit jenseits des Bildschirms, so wie sie uns vom Medium Fernseher übermittelt wird, unterscheidet sich in ihrem Verhältnis zur Wahrnehmung prinzipiell nicht von anderen wahrgenommenen Wirklichkeiten.⁵⁴

Oder anders formuliert:

Konsequent [im Sinne des Konstruktivismus] gedacht, darf keine *Wirklichkeit* mehr als echt gegen die *Fiktionen* der Literatur und der Medien ausgespielt werden. Die modische Klage über die Falschheit der Bilderwelten von Film und Fernsehen erfolgt im Namen eines unterstellten *Authentischen*, an dessen Realität immerhin gezweifelt werden darf.⁵⁵

Die „modische Klage“ mag nach vor-konstruktivistischen Theorien durchaus berechtigt sein und betrifft die Frage nach der Flucht in (Bild)Welten, die nicht als Teil unserer „objektiven Welt“⁵⁶ angesehen werden. Dass deren viele sind⁵⁷ und demzufolge auch hier der Begriff der Pluralisierung durchaus greift, macht es dem Subjekt nicht gerade einfacher in seinen Bestrebungen nach Orientierung.

Erfahrungssubstituierende Identifikationsprozesse [die für eine Orientierung massgeblich sind] finden bei den Medienkonsumenten immer dann statt, wenn sie die Inhalte der medial objektivierten Phantasiegebilde in den Rang einer eigentlichen Wirklichkeit erheben [nach konstruktivistischen Gesichtspunkten also immer ...]. In solchen Rezeptionsweisen wird also das zugrundeliegende Verhältnis zwischen eigentlicher, nicht-modulierter Lebenswelt und der uneigentlichen, modulierten Welt der massenmedialen Phantasieprodukte ins Gegenteil verkehrt.⁵⁸

Prodoehl sieht das eigentliche Problem der Dichotomie Realität-Fiktion in der Verwischung der Grenzen zwischen diesen *unvereinbaren* Teilen zweier verschiedener Rezeptions-Systeme, und damit ist er durchaus nicht allein.⁵⁹ Der Medienkonsument wird einem permanenten Überfluss an identifikationsstiftenden Momenten ausgeliefert, aus denen er seine Orientierungspunkte aussortieren soll.⁶⁰ In welchem Mass die Eliminierung der Grenze zwischen Realität und

⁵⁴ Roesler in: Münker / Roesler: „Poststrukturalismus“ (2000), S. 216.

⁵⁵ Schmitz-Emans: „Das Ich als literarisches Projekt. Beitrag zum Bochumer Kolloquium über „Autorität und Authentizität“, Ruhr-Universität Bochum (1999): www.uni-koeln.de/phil-fak/roman/home/geyer/kts/german/schmitz-essay1.html, S. 48.

Auf die Problematik des „Authentischen“ wird im Zusammenhang mit dem Begriff der „Autorschaft“ näher eingegangen.

⁵⁶ Auch an dieser Stelle der Hinweis, dass der Begriff der „objektiven Welt“ nur behelfsweise und mangels einer besseren Alternative verwendet wird. Dabei sollen die Anführungszeichen nicht als Zitat-Markierung dienen, sondern in erster Linie die Distanzierung von der semantischen Bedeutung anzeigen.

⁵⁷ Was sinnigerweise im Zitat durch die Verwendung des Plurals bei „Fiktionen“ impliziert wird.

⁵⁸ Hans Gerd Prodoehl, „Theorie des Alltags“ (1983), S. 207.

⁵⁹ In guter Gesellschaft mit Gross, Beck, Schulze, um nur einige zu nennen.

⁶⁰ Nach welchen Kriterien dies erfolgen soll, wird noch zu klären sein.

Fiktion für einen Paradigmen- oder zumindest Perspektivenwechsel in der Literatur gesorgt hat, wird im Anschluss noch geklärt.

Für die für diese Arbeit relevante Frage nach der Wirkung der Medien auf die Konstruktion von Wirklichkeit, kann den Ausführungen zufolge gesagt werden, dass ohne die Medien bestimmte bisher noch nicht *realisierte* „Aspekte der Wirklichkeit überhaupt nicht wahrgenommen werden“⁶¹ könnten. Sie haben massgeblich dazu beigetragen, dass sich unsere Wahrnehmung dahingehend erweitert hat, dass sie die Pluralität unserer (Um-)Welt erst erkennen können. Dass dafür teilweise noch eine richtige Sprache⁶² geschaffen werden muss, liegt nach den obigen (onto-)logischen Darstellungen von Wahrnehmung und Sprache auf der Hand. Wie sich die Konstruktionen von Wirklichkeiten weiter entwickeln werden, stellt Merten in den folgenden Schritten plausibel dar:

- 1) Medien als Lieferanten für Wirklichkeitsentwürfe gewinnen steigenden Einfluß.
- 2) Als Folge dessen differenzieren sich Strukturen für Wirklichkeitsentwürfe weiter aus, insbesondere wird der Einsatz fiktionaler Elemente in großem Stil möglich.
- 3) Als Folge der Verfügbarkeit fiktionaler Elemente wiederum können sich völlig neuartige Aggregate der Kommunikation ... bilden und ausdifferenzieren, die ohne die Verwendung fiktionaler Elemente gar nicht denkbar sind.
- 4) Diese wiederum stützen das Kommunikationssystem moderner Gesellschaften, indem sie dessen Komplexität weiter vergrößern.⁶³

Dem Aspekt der „fiktionalen Elemente“, zu denen die Literatur zu zählen ist, widmen sich die nächsten Ausführungen.

⁶¹ Roesler in: Münker / Roesler (1975), S. 205.

⁶² Und dazu zähle ich auch die Mängel an besseren als den behelfsweise verwendeten Definitionen von „objektiver Realität“ u. a.

Einen interessanten Vorschlag liefert in dem Zusammenhang Helga Nowotny, indem sie die „Verschmelzung von Virtualität und Realität“ in ihrem Werk „Unersättliche Neugier“ als „Virealität“ bezeichnet (S. 44). Dass auch diese Definition weiterentwickelt werden muss, liegt daran, dass sie zwar ein neues Wort für eine neue Realität erschafft, jedoch nicht die verschiedenen Teile des Kontinuums bezeichnet, die da wären (nach alter Dichotomie): Realität und Fiktion, Realität und modulierte Realität (um Prodoehls Definitions-Ansatz weiter zu verfolgen), Imaginäres etc.

⁶³ Merten in: Merten / Schmidt / Weischenberg, „Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft“ (1994), hier S. 158.

Die Folgen der soziokulturellen Veränderungen für die Literatur (-wissenschaft)

Siegfried J. Schmidt legt in seiner „Skizze einer konstruktivistischen Literaturwissenschaft“⁶⁴ die wichtigsten Auswirkungen des konstruktivistischen Ansatzes für die Literatur und deren Wissenschaft dar. In sieben verschiedenen Punkten geht er auf die einzelnen Bereiche ein, welche die Literatur (-wissenschaft) betreffen. Für die vorliegende Arbeit ist aufgrund des Themas vor allem ein Aspekt von Interesse:

Die konstruktivistische Basis der Empirischen Literaturwissenschaft⁶⁵ verändert auch die Argumentationssituation in der Frage nach Literarizität und Fiktion. Es liegt wohl auf der Hand, dass eine Konzeption der Realität als Konstrukt eine völlig veränderte Diskussion über *Kunst und Wirklichkeit* bedingt.⁶⁶

Der Gegensatz von Kunst und Wirklichkeit wird aufgehoben, woraus Schmidt folgenden Schluss zieht:

Wenn dieser Dualismus wegfällt, dann beginnt man zu begreifen, daß Literatur und Kunst zwei von vielen Kommunikations- und Beschreibungsmöglichkeiten für unsere Erfahrungen sind, die sich eben nicht durch ihre Konstruktivität, sondern durch den Gebrauch besonderer Verfahren von wirklichkeitskonstruktiven Prozessen unterscheiden, die wir nicht als Kunst betrachten. Ein Blick auf die Kulturgeschichte zeigt, daß die kategoriale Auszeichnung bestimmter Teile gesellschaftlicher Wirklichkeitsmodelle als real oder als fiktiv eine kulturelle und keine ontologische Frage war und ist, und daß die Bindung des Literaturbegriffs an die Fiktivitätskategorie poetologisch sehr variant vorgenommen worden ist. Ähnliches gilt für die Bestimmung der Literarizität von Texten: Sie kann nicht einfach durch eine Aufzählung und Kombination von Textmerkmalen erfolgen. Sondern hier geht es um eine nur historisch-empirisch zu lösende Frage, wer wann unter welchen Bedingungen Texten bestimmte Merkmale wahrnehmend zugeordnet und sie wertend als literaturstiftend eingeschätzt hat.⁶⁷

Als Konsequenz muss Literaturwissenschaft vermehrt wissenschaftliche und gesellschaftliche Neuerungsprozesse rund um den Literaturbetrieb miteinbeziehen, oder anders gesagt: interdisziplinärer werden. Diesem Anspruch versucht die vorliegende Arbeit gerecht zu werden. Die einleitenden Ausführungen zur Soziologie machen den Anfang und bilden den theoretischen Hintergrund, vor welchem die eigentliche (Kon-)Textanalyse durchgeführt wird. Im Zentrum derselben steht die Frage nach den Manifestations-Arten der

⁶⁴ Siegfried J. Schmidt in: Gumin / Meier (Hg.): „Einführung in den Konstruktivismus“ (2005).

⁶⁵ Schmidt weist an anderer Stelle seines Beitrages darauf hin, dass der Begriff „empirisch“ nicht positivistisch, sondern strikt konstruktivistisch zu verstehen sei.

⁶⁶ Schmidt in: Gumin / Meier (2005), S. 162-163.

⁶⁷ Ebd.

Alltagsästhetik, ihren Beweggründen und ihrem Bezug zum Autor. Dass dabei auf Textebene die rhetorischen Elemente einer gesprochenen Sprache für die Emphase die wichtigste Rolle spielen, wird von zentraler Bedeutung sein. In diesem Zusammenhang werden Stichworte und Bedeutungsfelder rund um den Begriff des „Gruppendächtnis“⁶⁸ interessant.

Literatur insgesamt weiterhin als reine „Simulation von Handlungen und von Lebenswirklichkeiten“⁶⁹ zu betrachten, würde den konstruktivistischen Ansatz ignorieren. Somit wird auch der Begriff der „Mimesis“ in ihrem traditionellen Sinn obsolet. Vielmehr muss Literatur als eine „von vielen Kommunikations- und Beschreibungsmöglichkeiten“ verstanden werden, die anhand von „Wiederholungen“ und „Analogien“⁷⁰ aus der Lebenswelt alternative Realitäten zu konstruieren vermag. Und wenn von „Wiederholungen“ die Rede ist, dann ist nicht gemeint, dass „sich in der Literatur das Leben wiederhole“, wie Iser es formuliert hat. Viel eher trifft Schmitz-Emans den Kern der Problematik, wenn sie davon spricht, dass Wirklichkeit „durchfiktionalisiert“ und „die Grenze zwischen *literarischer* und *nichtliterarischer* Imagination fließend sei“.⁷¹ Marquard hat es in ähnlicher Weise auf den Punkt gebracht, mit seiner Formulierung von der „Irrealisierung des Realen“.⁷² In beiden Varianten kommt der reziprok-rekursive Charakter zwischen „literarischer und nichtliterarischer“ Imagination zum Ausdruck, ohne den ein konstruktivistischer Ansatz nicht greifen würde.

Bezüglich des Aspektes der „Wiederholung“ müssen verschiedene Ebenen betrachtet werden: Einerseits „Wiederholung“ im kognitiven Sinne als Operation der „Weltherstellung“ durch „Tilgen, Ergänzen und Gewichten“⁷³ von Realisiertem aus der Lebenswelt und in diesem Sinne als interpretativer Akt der „Selektion“,⁷⁴ den jede Kommunikation impliziert. Andererseits als Wiederholung auf der stilistischen Ebene, als Wiedererkennungsmerkmal und somit Lesehilfe auf Seiten des Rezipienten.⁷⁵ Zudem spielt das Phänomen der Wiederholung in den Texten der Generation Golf auf der Ebene der Intertextualität eine eminente Rolle. Diesen verschiedenen stilistischen Merkmalen auf die Spur zu kommen, wird eines der zentralen Aspekte der Rhetorik der Emphase in den untersuchten Texten bilden. Und sie führt zu einem

⁶⁸ Assmann / Assmann in: Merten / Schmidt / Weischenberg (1994), S. 114 -137.

⁶⁹ Joachim Knappe: „Was ist Rhetorik?“ (2000), S. 125.

⁷⁰ Walter Benjamin: „Sprache und Geschichte“ (2000), S. 91-94.

⁷¹ Monika Schmitz-Emans: „Spiegelt sich Literatur in der Wirklichkeit?“ (1994), S. 36.

⁷² Udo Marquard in: Henrich / Iser: „Funktionen des Fiktiven“ (1983), S. 490.

⁷³ Wolfgang Iser in: Henrich / Iser (1983), S. 127.

⁷⁴ Ebd., S. 121-151.

⁷⁵ Susan Sontag: „Kunst und Antikunst“ (2003), S. 11-47.

weiteren Begriff, der einer kritischen Analyse unterzogen werden muss, zum Verantwortlichen des Stils, der Wiederholungen und Analogien: zum Autor.

Der Definition von Autor gilt es in Anbetracht massenmedialer Einflüsse besondere Aufmerksamkeit zu widmen. Wenn nämlich, und davon wird wie bereits betont ausgegangen, die Dichotomie Realität-Fiktion zugunsten von pluralistischen „Virealitäten“⁷⁶ aufgegeben wird, dann muss nicht nur die Frage nach dem Autor neu gestellt und geklärt werden. Als Gestalter von alternativen Realitäten, die sich kognitiv nicht von anderen Realitäten unterscheiden, die jederzeit zig-millionenfach von allen Subjekten je nach Erfahrungshorizont und kognitiven Fähigkeiten, sei es in Tagträumen, Fernsehen, Lesen, Erinnern, Lügen oder Er-leben kreiert werden, verliert der Autor den Sonderstatus eines metaphysischen *Schöpfers*. Interessant bleibt die schöpferische Position aus (massen-)kommunikativer Sicht. Im Unterschied zu den unzähligen realisierten Welten im Privaten jedes einzelnen Subjekts stehen nämlich die Autoren mit ihren Welt-Konstrukten in der Öffentlichkeit. Sie fungieren somit als Stifter von Referenz-Realitäten, die das Potenzial zu intersubjektiven Realitäten besitzen. Als solche sind die Autoren mitverantwortlich für die Beeinflussung von neuen Realitäten, welche ohne die Lektüre des (literarischen) Werkes nicht zustande gekommen wären. Als *Beobachter* der verschiedenen, je nach Stil bevorzugten Lebens-Systeme, nehmen sie eine meinungsbildende Position ein, die (einmal mehr) reziprok-rekursiv mit dem Literatur-Rezipienten verzahnt ist. Als Teil eines medialen Vermarktungs-Systems wiederum stehen sie selber ebenfalls, je nach Grad der medialen Präsenz, unter massiver und multipler Beobachtung. Dass diese Position des *beobachteten Beobachters* prekär werden und sich der Autor als orientierungssuchendes Subjekt in seinen multiplen „Virealitäten“ verlieren kann, ist nur einer der interessanten Aspekte in diesem Kontext.

⁷⁶ Helga Nowotny: „Unersättliche Neugier. Innovation in einer fragilen Zukunft“ (2005), S. 44.

Teil I: Die Pop-Literatur der 1990er Jahre und ihre Analyse

Im ersten Teil der Arbeit wird zu klären sein, was überhaupt unter Pop-Literatur der 1990er Jahre verstanden wird, wo ihre Ursprünge liegen, welche Einflüsse gewirkt haben, wie sie sich entwickelt hat. Dieser historischen und gattungstheoretischen Positionierung folgt der Kern der Arbeit: die detaillierte rhetorische Analyse der ausgewählten Texte der Pop-Literatur der 1990er Jahre mit zahlreichen Text-Beispielen. Dieser erste Teil fällt sehr ausführlich aus. Diese Ausführlichkeit der Analyse kann dadurch gerechtfertigt werden, dass, abgesehen von ein paar wenigen Literaturwissenschaftlern, allen voran Moritz Baßler, die Rezeption allgemein, und die Literaturkritik im Besonderen, es sich bislang sehr einfach gemacht haben, die Texte in zusammenfassenden, oberflächlichen „Lese-Erfahrungen“ (denn oft kann mangels belegender Verweise nicht von „Kritik“ im wörtlichen Sinn⁷⁷ gesprochen werden) zu rezipieren, ohne eben entsprechende Texte aufzuführen. Diesem Umstand gilt es in einem ersten Schritt entgegen zu wirken.

⁷⁷ „Kritik“ stammt vom Griechischen „krinein“ was soviel bedeutet wie „scheiden, sondern, sichten, unterscheiden“ aber auch „entscheiden“ und „(ver)urteilen“.

1. Pop-Literatur der 1990er Jahre

1.1. Einleitung

„Es gibt keine Literatur mehr“⁷⁸ behauptet Maxim Biller bereits 1991 provokativ und vertritt somit implizit auch die Meinung, dass Pop-Literatur nicht zur ‚Literatur‘ gehört.⁷⁹ Das Paradoxe daran ist, dass Maxim Biller just die Forderungen an eine aktuelle, leserfreundliche, vom ‚avantgardistischen Sockel‘ heruntergeholte Literatur stellt, welche die Pop-Literatur einzuhalten vermag, nämlich eine an den Medien orientierte, journalistisch geprägte Literatur, in welcher der Leser „etwas über sich selbst und die Welt erfahren [will]“⁸⁰ und kann, und zwar in einer Sprache, die nachvollziehbar ist.

Ich glaube, man kann die Literatur retten. Man muss einfach nur so lange gegen die selbstgefällige Sturheit der Altavantgardisten und Literaturnomenklaturisten anreden und anschreiben, bis es wieder anständige Romane gibt. Romane, die man in einem Ruck durchliest. Die man liebt, die man genauso atemlos und gebannt durchlebt wie eine gute Reportage, einen prima Film.⁸¹

So räumt Biller am Ende seines Beitrages der Literatur doch noch eine, wenn auch sehr beschränkte, Chancen ein, freilich immer noch ohne den Hinweis auf die Pop-Literatur.

Entgegen der Meinung, die Pop-Literatur der 1990er Jahre zähle nicht zu den erwähnenswerten Literaturen, befasst sich diese Arbeit mit derselben. Darin wiederum liegt bereits die gewisse Legitimation der Pop-Literatur als einer durchaus literaturwissenschaftstauglichen Literatur. Der Schwerpunkt der Analyse liegt hierbei in der Frage nach den rhetorischen Mitteln im Dienste der Emphase.⁸²

Die Nähe des gewählten Textkorpus zu den Medien erfordert die Berücksichtigung und den Einbezug medienkommunikativer Aspekte. Zudem verlangen die Texte in ihrer alltagsnahen Sprache und Form nach einem

⁷⁸ Maxim Biller in: Köhler / Moritz: „Maulhelden und Königskinder“ (1998), S. 62.

⁷⁹ Symptomatisch dafür ist beispielsweise der gänzlich fehlende Blick auf die Pop-Literatur der neunziger Jahre in einem Werk, das sich „Zur Debatte über die deutschsprachige Gegenwartsliteratur“ (so der Untertitel von Köhler und Moritz: „Maulhelden und Königskinder“) äussert. Einzig Götz wird als Autor erwähnt, freilich ohne den Zusammenhang zur Pop-Literatur.

⁸⁰ Biller in: Köhler / Moritz (1998), S. 64.

⁸¹ Ebd., S. 71.

⁸² Auf die Definition und Theorie der hier eingeführten Begriffe wird im ersten Kapitel eingegangen.

adäquaten Instrumentarium, d. h. nach Theorien und Ansätzen, welche diese Nähe wissenschaftlich berücksichtigen. Im Konkreten bedeutet dies, dass in dieser Arbeit bei der Analyse der Argumentationen *Theorien der Alltagsargumentation* als Grundlage gewählt werden. Die Kritik der Oberflächlichkeit, die vermehrt in Bezug auf die aktuelle⁸³ Pop-Literatur auftaucht,⁸⁴ wird nicht zuletzt durch eine oberflächliche Analyse provoziert. Zudem generiert die Verwendung inadäquater literaturwissenschaftlicher Instrumentarien eine Fehlanalyse.⁸⁵

In einer ersten Phase gilt es die im Titel enthaltenen Begriffe zu definieren und notfalls einzugrenzen. Mit dieser Grundlage wird das Textkorpus auf seine der Emphase dienenden Mittel hin untersucht. An dieser Stelle sei einer allfälligen Kritik zuvorgekommen, dass die Begriffe „rhetorisch“ und „emphatisch“ redundant sind. Zu den genaueren Definitionen wird, wie gesagt, weiter unten eingegangen, es sei jedoch vorausgeschickt, dass die „Emphase“ in dieser Arbeit als Oberbegriff angesehen wird, welchem die Rhetorik, mit ihren verschiedenen Mitteln, unter anderem, jedoch als wichtigstes Element, dient. Neben den rhetorischen Argumentationsformen und Figuren werden auch gesonderte Mittel behandelt, die zwar teilweise nicht als emphatisch zu bezeichnen sind, jedoch im Dienste der zentralen Polarisierung zwischen „in“ und „out“ stehen. Es sind dies neben gesonderten Formen der rhetorischen Figuren auch Strukturmerkmale und graphische Mittel. Die pragmatische Textanalyse dient der These, dass die Aktuelle Pop-Literatur emphatisch, gegenwartssprachlich und sowohl medien- wie auch im Speziellen werberhetorisch geprägt ist, und stets im Dienste der wertenden Polarisierung zwischen „in“ und „out“ steht.

Das Textkorpus setzt sich repräsentativ für die Pop-Literatur aus Werken der Autoren Benjamin von Stuckrad-Barre, Christian Kracht, Florian Illies, Alexa Hennig von Lange und Feridun Zaimoglu zusammen, wobei die Werke von der ersten drei Autoren als Ausgangspunkt der Analyse eingehender untersucht werden. Darüber hinaus wird Benjamin von Stuckrad-Barre in Bezug auf die Problematik des Gesamtkunstwerkes und der damit zusammenhängenden Frage nach der Autorschaft im Zeitalter der Massenmedien eingehender behandelt. Dies nicht zuletzt aus dem Grund, als er in der gesamten Rezeption als der Inbegriff des Pop-Autors bezeichnet wird, was wiederum mit seiner Medienpräsenz und Medienaffinität zusammenhängt, wie sich zeigen wird.

⁸³ Hier und an folgenden Stellen ist mit der ‚aktuellen Pop-Literatur‘ die Pop-Literatur der 1990er Jahre gemeint.

⁸⁴ Beispielsweise bei Liesegang in: „Krisis: Beiträge zur Kritik der Warengesellschaft“. Nr. 25, (2002), S. 155-162.

⁸⁵ Stanitzek in: Stanitzek / Vosskamp (2001), S. 51: „Der vielleicht wichtigste Fehler [...] liegt in der Wahl eines [falschen] Ansatzpunktes, den man als kulturkritischen Abwehrreflex bezeichnen kann.“

1.2. Eine Differenzierung

Abgrenzend zur Pop-Literatur der sechziger bis Mitte neunziger Jahre um Rolf Dieter Brinkmann über Max Goldt bis zu Rainald Goetz⁸⁶ befasst sich diese Arbeit mit Texten der Aktuellen Pop-Literatur, will heissen mit der Pop-Literatur ab der zweiten Hälfte der neunziger Jahre. Repräsentativ für die gesamte Pop-Literatur der 1990er Jahre⁸⁷ werden folgende Werke behandelt: „Faserland“ von Christian Kracht, der als „Gründungsphänomen“⁸⁸ des „Literatur-Pop“,⁸⁹ wie Moritz Baßler die entsprechende Literatur bezeichnet, angesehen wird. Weiter zählt zum Textkorpus das Werk „Soloalbum“ von Benjamin von Stuckrad-Barre. Dieses Werk bildet einen der zwei Ausgangspunkte der Untersuchung, vereint es doch in sich exemplarisch fast alle zu behandelnden Phänomene. Zudem gilt Benjamin von Stuckrad-Barre als „Meister des Literatur-Pop“⁹⁰ und zusammen mit Christian Kracht zu den wohl „bekanntesten“⁹¹ Pop-Literaten. Wie Kracht ist von Stuckrad-Barre einer der Vertreter des „selbsternannten popkulturellen Quintetts“.⁹² Weiter wird das Werk „Generation Golf“ von Florian Illies zum Korpus gezählt. Es bildet neben „Soloalbum“ den zweiten Ausgangspunkt, da dieses Werk vor allem im Bereich der Zitate und Anspielungen mit viel Material aufwartet. Alexa Hennig von Lange ist die wohl bekannteste Pop-Autorin. Von ihr wird das Werk „Relax“ untersucht. Das letzte Werk, das zur Analyse gehören wird, ist „Abschaum“ von Feridun Zaimoglu, welches nach Thomas Ernst gesondert vom ‚Literatur-Pop‘ behandelt werden soll, von diesem gar als „[e]ine der Mainstream-Popliteratur entgegengesetzte Richtung“⁹³ angesehen wird. Dies trifft jedoch nur teilweise zu, nämlich insbesondere im Bereich der Thematik und des soziokulturellen Hintergrunds.

Die Werke von Alexa von Hennig von Lange und Feridun Zaimoglu werden lediglich bei der Analyse einzelner rhetorischer Figuren herangezogen.

⁸⁶ Zur Entwicklung der Pop-Literatur der sechziger Jahre bis zur Pop-Literatur der 1990er Jahre liefert beispielsweise Thomas Ernst, „Popliteratur“ einen Überblick. Weitere Hinweise sind in Johannes Ullmaiers „Acid bis Adlon“, sowie in den dort ausführlich bibliographierten Werken zu finden.

⁸⁷ Im Folgenden wird auch verkürzt von der Pop-Literatur die Rede sein, wenn die spezifische Pop-Literatur der 1990er Jahre gemeint ist. Dies geschieht im Sinne einer leserfreundlichen Schreibweise. Sollte die Pop-Literatur als übergeordnete zeitliche Kategorie gemeint sein, so wird dies im Text markiert.

⁸⁸ Moritz Baßler: „Der deutsche Poproman: Die neuen Archivisten“ (2002), S. 110.

⁸⁹ Ebd.

⁹⁰ Ebd.

⁹¹ Thomas Ernst: „Pop-Literatur“ (2001), S. 72.

⁹² Baßler (2002), S. 123. Untertitel des Werkes „Tristesse Royale“, in welchem unter Anderem bei Christian Kracht und Benjamin Stuckrad-Barre sich mit Freunden im Hotel Adlon in Berlin zu einem „medienwirksamen Snobismus-Revival“ (Baßler, 2002, S. 121) zusammengefunden haben.

⁹³ Ernst, S. 84.

Sie sind argumentativ weniger stark ausgeprägt und eignen sich daher nicht für eine entsprechende Analyse. Christian Kracht wartet vor allem im Bereich der Marken-Archivierung mit viel Material auf, sowie mit emphatischen Mitteln aus dem Bereich der Jugend- und Gegenwartssprache, wie ebenfalls Feridun Zaimoglu und Alexa Hennig von Lange.

Fundierte Nachschlagewerke auf dem Gebiet der Pop-Literatur gibt es leider nur wenige. Erwähnt sei an dieser Stelle auf jeden Fall Moritz Baßlers Werk „Der deutsche Pop-Roman. Die neuen Archivisten“,⁹⁴ dem wohl die erste literaturwissenschaftliche Abhandlung des Phänomens gelingt, akzentuiert es doch im Vergleich zu beispielsweise Thomas Ernst oder Johannes Ullmaier erstmals die Texte selber und begnügt sich nicht, lediglich oberflächliche Themenanalyse und allenfalls Strukturmerkmale aufzuzeigen, sondern stellt die Texte in einen historischen Kontext und analysiert sie auf eine Art und Weise, die ihnen gerecht wird. Ihm ist es auch zu verdanken, dass das bloße Erwähnen der zahlreichen Listen in einen Ansatz von Erklärung und Analyse übergeht, sodass die Listen nicht nur als einfallslose Aneinanderreihung von oberflächlichen, da an Marken oder Ware orientierten Entitäten⁹⁵ angesehen werden, sondern als „Archiv des kulturellen Gedächtnisses“,⁹⁶ welches von assoziationsbildenden Elementen lebt, die sowohl eine orientierungs- wie auch identitätsbildende Funktion haben. Allgemein bildet die Pop-Literatur eine breite Angriffsfläche. Meist kommen ihre Texte ohne „narrative Strukturen“⁹⁷ daher, sind auf Massentauglichkeit ausgerichtet, durch Massenmedien (Musik, Fernsehen und Werbung) beeinflusst, thematisch oberflächlich und „weit hinter den Stand literarischer Technik der amerikanischen [...] und frühen deutschsprachigen [Pop-Literatur] um Rolf Dieter Brinkmann zurückfallen[d]“,⁹⁸ so einige Kritiken. Was hier anklingt, ist ein Nachhängen an früheren und vergleichbaren Zuständen, aber eben nur vergleichbar. Die Pop-Literatur der 1990er Jahre ist zwar natürlich in der Tradition der Pop-Literatur der früheren Generationen zu sehen, aber sie muss auch als abgrenzend verstanden werden, als Weiterführung von Ideen. Diese Ideen betreffen in erster Linie „Stile, Schreib- und Lebensweisen aus der Massen-

⁹⁴ Moritz Baßler (2002).

⁹⁵ Nach Liesegang in: Krisis, S. 155-162.

⁹⁶ Assmann in: Stanitzek / Vosskamp (2001), S. 268-281, und Assmann, in: Böhme / Scherpe (1996), S. 96-110.

⁹⁷ Baßler in: Sorg / Mettauer / Proß (Hg.): „Zukunft der Literatur- Literatur der Zukunft. Gegenwartsliteratur und Literaturwissenschaft“ (2003), S. 163.

Auch Fiebig, in: Behrens / Büsler / Ullmaier (Hg.): „Testcard“ Nr 7: „Pop und Literatur“ (2001), S. 234, erwähnt, dass die narrativen Strukturen, dass „die erzählte Handlung sichtlich nur einen Rahmen liefert“, der dazu dient, die geäußerten Meinungen und Ansichten an das Publikum heranzutragen.

⁹⁸ Liesegang in: Krisis, S. 155-162.

und Alltagskultur in die Literatur aufzunehmen.“⁹⁹ Weiter sind Ausdrücke wie „sprachkritisch, satirisch, ironisch, dokumentarisch“¹⁰⁰ mit der Pop-Literatur der Anfänge, sowie ansatzweise mit der Aktuellen Pop-Literatur, verbunden. In deren Texten wird um eine „authentische Sprechweise“¹⁰¹ bemüht, die zwar teilweise im Rahmen der Symbiose von Autor und Figuren im Sinne des Gesamtkunstwerkes¹⁰² tatsächlich auf den realen Autor verweisen kann, aber nicht immer muss, worauf auch Moritz Baßler hinweist, wenn er sagt, dass „[h]ier und an vergleichbaren Stellen aber autobiographische Aussagen des Autors zu entdecken [...] doch wohl irrig [wäre]“.¹⁰³ Die Erklärung für die notwendige Trennung zwischen dem Autor und dem Ich-Erzähler liefert er gleich nach, wenn er auf Roland Barthes und dessen Anmerkungen zum mehrdimensionalen, montageartigen und zusammengewürfelten Text verweist: „Der Text ist ein Gewebe von Zitaten, die den unzähligen Bereichen der Kultur [des Alltags und der Medien] entstammen“.¹⁰⁴ Nach Mikhail Bachtin ist dies als ein Verfahren, das „das Bild von einer fremden Sprache und Weltanschauung, die abgebildet wird und gleichzeitig abbildet“¹⁰⁵ zu verstehen. Diese beiden Aussagen treffen nicht nur auf die Pop-Literatur zu, sondern werden von dieser vielmehr als Programm verstanden. Der Unterschied zwischen der Pop-Literatur der 1990er Jahre und den anderen Literaturen besteht nicht zuletzt darin, dass erstere bewusst und programmatisch die Montage von Zitaten und Versatzstücken, aus den Bereichen der Kultur, „selbstredend [aus dem Bereich der] Medien- und Jugendkultur der 90er“¹⁰⁶ betreibt.

Analog zum Mischpult der DJ's in der Pop-Musik werden Texte „gemixt“.¹⁰⁷ Informationen werden „gesammelt“¹⁰⁸ und neu „gesampelt“.¹⁰⁹ Daraus ergeben sich „mehrspurige Tracks, bzw. mehrstimmige Texte aus

⁹⁹ Ernst, S. 9.

¹⁰⁰ Ebd., S. 8.

¹⁰¹ Ebd., S. 9.

¹⁰² Vgl. Kapitel „Autorschaft. Vermarktung“ betrifft vor allem Benjamin von Stuckrad-Barre und kann auf keinen Fall verallgemeinert werden.

¹⁰³ Baßler (2002), S. 114. Diese Aussage bezieht sich auf Christian Krachts „Faserland“, kann jedoch für viele Passage der anderen Werke aus dem Textkorpus übernommen werden. Eine genauere Analyse des „Literarischen Subjekts“ liegt nicht im Rahmen dieser Arbeit. Es sei an dieser Stelle beispielsweise auf Peter v. Zima verwiesen, der in seinem Werk „Das literarische Subjekt: Zwischen Spätmoderne und Postmoderne“ ausführliche theoretische Grundlagen liefert, um dieser Frage ins Detail nachzugehen.

¹⁰⁴ Roland Barthes zitiert nach Baßler (2002), S. 153.

¹⁰⁵ Mikhail Bachtin zitiert nach Baßler (2002), S. 118.

¹⁰⁶ Baßler (2002), S. 105.

¹⁰⁷ Vgl. dazu „Remix“ als Titel der ersten Feuilleton-Sammlung von Benjamin von Stuckrad-Barre.

¹⁰⁸ Baßler (2002), S. 94.

¹⁰⁹ Fiebig in: Behrens / Büsser / Ullmaier: „Testcard“ (2001), S. 233.

verschiedenen gesellschaftlichen Sprechweisen, Jargons, Fachsprachen, Codes und Dialekten.“¹¹⁰

Durch die Verwendung dieser Zitate, die wörtlich oder auch verändert, bzw. verfremdet sein können, beispielsweise durch Ironie, oder stärker noch durch Spott, verschwindet der Erzähler durch die Art der „Rollenprosa“¹¹¹ hinter den Masken der zitierten oder parodierten Charaktere.¹¹² Es ist dies nicht zuletzt die „Parodie [...] typischer ‚Bürgerstimmen‘ zu einem beliebigen Thema, wie man sie aus Zeitschriften und Lokalblättern kennt“.¹¹³ Die Zitate jedoch dienen nicht nur der Parodie, sondern auch als Auslöser von Assoziationsketten, als Schlüsselwörter, die das mit „historischen und sozialen Bedeutungen aufgeladene Zitat“¹¹⁴ mit den eigenen Erfahrungen und Elementen aus dem „kulturellen Gedächtnis“¹¹⁵ assoziieren.

Die Ironie ist, entgegen vieler Ansichten¹¹⁶ über die Pop-Literatur und entgegen dem vom „popkulturellen Quintett“¹¹⁷ selber postulierten Ende der Ironie („Irony is over. Bye Bye.“),¹¹⁸ ein Hauptelement geblieben. Dieses Zitat, stammend aus einer Liedzeile,¹¹⁹ kann nicht anders als wiederum ironisch verstanden werden.

Es ist unmöglich, von der Figur der Ironie loszukommen, aber obwohl Stuckrad-Barre und seine Kollegen dieses Wissen verinnerlicht haben wie keine Generation vor ihnen, speist sich die Bewegung ihrer Texte, speisen sich ihre medialen Selbstinszenierungen aus immer neuen Behauptungen und Positionsbestimmungen, die sich dann relativieren.¹²⁰

Dieses Positionieren wird meist durch Katalogisierung und Listenbildung, sowie durch ausschliessende Elemente im Dienste einer neuen „Paradigmatisierung“¹²¹ vollzogen. Die Umdeutung bestehender, alter Paradigmen zugunsten von neuen, an der Waren- und Markenwelt orientierten, dem Autor und den Lesern im besten Fall erschliessbaren, da „durch Generation, Schicht, Geschmack usw. definiert

¹¹⁰ Ebd.

¹¹¹ Baßler (2002), S. 118.

¹¹² Im Folgenden werden die Roman-Figuren auch als Charaktere bezeichnet. Dies geschieht, um eine allfällige Verwechslung zwischen (Roman)-Figuren und (rhetorischen) Figuren zu vermeiden.

¹¹³ Baßler (2002), S. 96.

¹¹⁴ Fiebig in: Behrens / Büsser / Ullmaier, (2001) S. 234

¹¹⁵ Ebd., S. 237.

¹¹⁶ <http://literaturkritik.de>

¹¹⁷ Vgl. „Tristesse Royale“

¹¹⁸ Baßler (2002), S. 126.

¹¹⁹ Ebd., S. 211, Anmerkung 48: „Das sind die letzten Worte aus dem Song „The Day After the Revolution“ vom Pulp-Album *This Is Hardcore* (1998).

¹²⁰ Baßler (2002), S. 131.

¹²¹ Ebd., S. 102.

und sich definierend [...]“¹²² gekennzeichneten Paradigmen, wird von Baßler als „Markenfetischismus“¹²³ bezeichnet und von einigen Kritikern gar als „Modedarwinismus“¹²⁴ verschrien. Es ist jedoch zu einfach, die Kritik an der Pop-Literatur darauf zu beschränken, dass sie „aussortier[t], was falsch ist“.¹²⁵ obwohl sehr viele Positionierungen dahingehen, dass sie, zwischen „in“ und „out“, zwischen „top oder flop“¹²⁶ polarisieren. Vielmehr gilt die Frage, wie dies der Fall ist, welche Positionen als „top“ und welche als „flop“ angesehen werden und wo sich die jeweilige Erzählerstimme positioniert. In diesem Sinn sind die Listen, ist „[d]as Archiv ein kulturelles Konstrukt. Nicht, was ist, entscheidet, sondern, was drin ist. Ein- und Ausschlüsse entscheiden und nicht die Wahrheit und [...] Wirklichkeit.“¹²⁷

Auf diesem letzten Punkt basierend, und die vorher aufgeführten Punkte miteinbeziehend, wird aufzuzeigen sein, dass sich die Pop-Literatur der 1990er Jahre in erster Linie durch rhetorische Mittel der Emphase strukturiert, wobei diese stets im Dienste einer geschmacklich-ästhetischen Wertung zwischen „in“ und „out“ steht.

¹²² Ebd., S. 118.

¹²³ Ebd., S. 112.

¹²⁴ Seibt zitiert nach Baßler (2002), S. 124.

¹²⁵ Ebd., S. 107.

¹²⁶ Benjamin von Stuckrad-Barre zitiert nach Seibt in: Baßler (2002), S. 124.

¹²⁷ Winkels in: „Zeit“, (Oktober 2002), S. 37-38.

2. Emphatische Rhetorik der Ausgrenzung

2.1. New Rhetoric¹²⁸

Die Analyse von aktuellen, an den Medien orientierten Texten der Pop-Literatur erfordert angemessene,¹²⁹ aktuelle Ansätze der Rhetorik,¹³⁰ womit die Wahl der New Rhetoric naheliegend ist. In der New Rhetoric nämlich geht es im Wesentlichen darum, die nicht zuletzt durch den Einfluss der Massenmedien hervorgerufenen Veränderungen der Kommunikation und deren Auswirkungen auf die Sprache, im Spezifischeren auf die zweckgebundene Sprache, den Theorien und Schemata der Traditionellen Rhetorik anzupassen. Die daraus resultierenden Veränderungen tangieren in erster Linie die Rezeption der Realität.¹³¹ Diese wird in der New Rhetoric als *mehrschichtig* und *mehrdeutig* angesehen. Die sprachlichen Erzeugungsmittel einer solch gearteten Realität finden sich vor allem in den intertextuellen Figuren wie: Antithese, Paradox, aber auch in Anspielungen, Zitaten, in ironischen Erwähnungen. In den rhetorischen Mitteln sieht die New Rhetoric die Möglichkeit einer der Identitätsbildung dienenden Orientierung¹³² und Ordnung in dieser durch Reizüberflutung mehrdeutig und mehrschichtig, und somit orientierungserschwerend, gewordenen Realität. Die Orientierung erfolgt nicht zuletzt durch das Abwägen des „Für“ („in“) und „Wider“ („out“) einer Sache, Meinung oder Haltung. Rhetorik wird zu einem Mittel von Bewertungen.¹³³ Der Rhetoriker, in dieser Arbeit sind dies die Pop-Autoren, ist die Instanz, welche „die Identität seiner Kultur [und bezüglich der Pop-Literatur der 1990er Jahre vor allem seiner Schicht- und Altersgruppe] reflektier[t]“. ¹³⁴ Da vertraut mit der Medienwelt, und in Fällen wie Benjamin von Stuckrad-Barre und Florian Illies sogar Mitarbeiter in derselben, gelten sie als Autoritäten auf ihren Gebieten und somit als eine mögliche Quelle der

¹²⁸ Nach Holocher: „Anfänge der *New Rhetoric*“ (1996).

¹²⁹ S.o.

¹³⁰ Es wird an dieser Stelle nicht weiter auf die Traditionelle Rhetorik eingegangen. Die Aspekte, welche für diese Arbeit von Belang sind, werden unter dem Begriff der „New Rhetoric“ angesprochen.

Einschlägige Literatur zur Traditionellen Rhetorik finden sich beispielweise bei Aristoteles, Ueding (1976), Plett (1977) Kopperschmidt (1973) oder Eggs (1984) u.a.

¹³¹ Holocher (1996), S. 85-87.

¹³² Ebd., S. 80-105.

¹³³ Ballweg in: Schirren / Ueding (Hg.): „Topik und Rhetorik: Ein interdisziplinäres Symposium“ (2000), S. 569-577.

¹³⁴ Holocher, (1996) , S. 85.

Meinungsbildung.¹³⁵ Liegen die Bewertungen in der Traditionellen Rhetorik noch darin, durch den „Ethos“¹³⁶ zwischen „Gut und Böse“ zu unterscheiden, findet eine Entethisierung hin zur geschmacklichen Bewertung von „in“ und „out“ statt. Die an einer Medien- und Warenwelt orientierten Massstäbe werden zu den Kriterien darüber, ob jemand von der Gemeinschaft ein- oder ausgeschlossen wird, bzw. ob eine Meinung akzeptiert oder auszuschliessen ist.

2.1.1. Ansätze

Von der aristotelischen Fünf-Teilung der Rede: „Inventio“, „Dispositio“, „Elocutio“, „Memoria“ und „Actio“¹³⁷ werden in dieser Arbeit die Schwerpunkte auf „Dispositio“ und „Elocutio“ gelegt. Die „Inventio“ entfällt, da sich die Arbeit nicht mit den Schritten zur Rede befasst, sondern mit der Rede, dem Text, als solchen. Ebenfalls entfällt die „Memoria“, da diese Arbeit sich mit der Schriftlichkeit der ‚Rede‘ befasst und nicht mit deren Memorieren und Vortragen. Aus dem Bereich der „Actio“ werden lediglich jene sprachlichen Mittel behandelt, welche das Fehlen derselben zu ersetzen versuchen, beispielsweise die Hyperbeln.

Zum „Bereich“ der Inventio gehört auch die Frage nach der Gattung des Textes. Durch die Bewertungen in positiver und negativer Richtung, welche sich durch alle untersuchten Werke ziehen, können die Texte am ehesten der „epideiktischen“¹³⁸ Gattung zugeordnet werden, welche durch „Lob- und Schmähtreden“¹³⁹ gekennzeichnet ist. Der Lobrede zuzuordnen sind alle emphatischen positiven Hervorhebungen des „In-Seins“, im Gegensatz zur Schmähtrede, in welcher „Out-Aspekte“ gnadenlos negativ dargestellt und von jedem positiven Aspekt ausgeschlossen werden.

Im Bereich der „Dispositio“ und „Elocutio“ liegen nach Bornscheuer¹⁴⁰ die Schwerpunkte auf der Argumentation und auf den rhetorischen Figuren. Die Analyse basiert auf dem von Breuer dargelegten „textpragmatischen“¹⁴¹ Ansatz.

¹³⁵ Stöckl in: Hoffmann / Keßler (1998), S. 296.

¹³⁶ Ekkehard Eggs: „Die Rhetorik des Aristoteles. Ein Beitrag zur Theorie der Alltagsargumentation und zur Syntax von komplexen Sätzen (im Französischen)“ (1984), S. 71.

¹³⁷ Aufschlussreiche Literatur darüber ist beispielsweise bei Ueding (1976), Plett (1991) und natürlich bei Aristoteles „Rhetorik“ zu finden.

¹³⁸ Plett (1991), S. 15.

¹³⁹ Ebd.

¹⁴⁰ Bornscheuer in: Plett (1977), S. 204-212.

¹⁴¹ Dieter Breuer: „Einführung in die pragmatische Texttheorie“ (1974).

2.1.2. Argumentationen

Im Bereich der Argumentation liegt der Schwerpunkt auf den Schemata der ‚Alltagsargumentation‘. Dies geschieht aus folgenden Gründen: In Anbetracht der Ausführungen zur Pop-Literatur der 1990er Jahre ist die Nähe zur Alltagssprache als Ausgangspunkt zu sehen, die Argumentation mit ihren vielfältigen Möglichkeiten ebenfalls in ihrer „Alltäglichkeit“ hin zu untersuchen, d. h., dass sie als rhetorisches Mittel der Überredung und nicht etwa als eine Kategorie der Logik zu deuten ist. Eine Anwendung logischer Mittel für die Analyse der Texte würde diese schlichtweg überfordern und verunmöglichen.¹⁴² Zudem spricht die von den Spezialisten immer wieder betonte Trennung der rhetorischen und logischen Argumentation¹⁴³ für diese Entscheidung.

Ein weiterer Grund, die Argumentationsstrukturen in den Texten der Pop-Literatur der 1990er Jahre nicht in der Logik zu suchen, liegt in der Tatsache, dass die Texte stark geprägt und beeinflusst sind von einer Mediensprache, insbesondere im Bereich der Werbesprache und Werberhetorik, die ganz klar mit persuasiven Mitteln arbeiten, die argumentativ auf ‚nachvollziehbares Überreden‘ aus sind und weniger auf ‚logisches Überzeugen‘.

‚Überzeugen‘ impliziert dort [in der angloamerikanischen Persuasionsforschung], daß der Textproduzent den Textrezipienten ‚nur mit rationalen Argumentationen und Begründungen zur Einstellungsänderungen zu bewegen versucht, während ‚Überreden‘ auch rein zweckorientierte, ausschließlich von der Effektivität her legitimierbare Mittel einschließt, etwa der Aktualisierung von Irrationalität durch Emotionalität, Vorurteile oder dergleichen‘.¹⁴⁴

Eine weitere Ausführung dazu liefert Kopperschmidt, wenn er festhält, dass es sich beim Überreden um ein Verfahren handelt, „das sich [nicht] auf die ‚Evidenz‘ von Axiomen oder ‚Tatsachen‘ beruff[t] oder auf die ‚Notwendigkeit‘ logischer Schlüsse oder auf die Beweiskraft empirischer Experimente verweisen kann, sondern von ‚Plausibilitäten‘ und ‚Wahrscheinlichkeiten‘ ausgeht.“¹⁴⁵

¹⁴² Möglicherweise kommt die Kritik gegenüber der aktuellen Popliteratur daher, dass mit inadäquatem Instrumentarium an die Analyse herangegangen worden ist. Eine nicht logische, sondern auf Persuasion ausgerichtete Argumentation könnte logischerweise nicht einer formal-logischen Analyse standhalten. Breuer beispielsweise vermerkt dazu: „[Es] ist darauf zu achten, dass sowohl das Modell wie die mit seiner Hilfe gewonnenen Kategorien ständig überprüft werden müssen, ob sie den Gegenstand adäquat abbilden, bzw. wo die Grenzen des Modells liegen und durch welches bessere es evtl. ersetzt werden kann.“ (Breuer, 1974, S. 142)

¹⁴³ Eggs (1984), S. 313-316; Pielenz (1993), S. 124; Perelman (1980), S. 12; Vetter / Heinrich (1999), S. 12; Kienpointner (1992), u.a.

¹⁴⁴ Pohl in: Hoffmann / Keßler, S. 256.

¹⁴⁵ Kopperschmidt in: Vetter / Heinrich (1999), S. 97.

Auf diesen beiden Aussagen basierend, werden im Bereich der Argumentation Schemata und Ansätze genutzt, welche diese ‚überredenden‘ Mechanismen der Persuasion, berücksichtigen. Diese Mechanismen stammen, wie gesagt, weitgehend aus der Medien- bzw. Werberhetorik, welche wiederum in einer ‚Alltagslogik‘ verankert ist. Somit ergibt sich ein doppelter Bezug zur Alltagssprache, einerseits durch die Alltagsnähe der Texte der Pop-Literatur an sich, und andererseits durch die Übernahme von Mechanismen aus der Medien- und Werberhetorik.

Ebenfalls unter dem Aspekt der Argumentation werden die verschiedenen Arten von Definitionen behandelt, welche vor allem in der ‚Archivierungsarbeit‘ durch Listen, zum Ziele der Paradigmatisierung von Ein- bzw. Ausschlüssen, zu finden sind.

2.1.3. Rhetorische Figuren

Einen zweiten Kernbereich der Analyse bilden die zur „Elocutio“, dem Text als solchen, gehörenden „Ornatii“. ¹⁴⁶ Darunter werden die rhetorischen Figuren untersucht, und zwar unter dem Aspekt ihrer Abweichung:

Folgende Grundannahmen seien festgelegt: Eine rhetorische Figur stellt eine deviante Spracheinheit dar; die elocutio ist folglich als ein System sprachlicher Abweichungen zu definieren. ¹⁴⁷

In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass die „Tropen“ ¹⁴⁸ (Metapher, Metonymie etc.) in dieser Arbeit nicht gesondert, sondern ebenfalls als rhetorische Figuren angesehen werden, da sie nach Heinrichs Ausführungen nichts anderes bedeuten als „Verschiebung, Übertragung, Austausch etc.“ ¹⁴⁹ und somit nach dem Abweichungsmodell nahtlos als rhetorische Figuren übernommen werden können.

Die Kategorisierung der Figuren erfolgt wie gesagt nach dem Abweichungsmodell, das die Arten der Abweichungen in vier Gruppen unterteilt: phonologische, morphologische, semantische und syntaktische Abweichung. ¹⁵⁰ Insbesondere werden an dieser Stelle die Metaphern, ¹⁵¹ die Ironie, Antithese, Anspielung, Hyperbel sowie die Antonomasie vorgestellt.

¹⁴⁶ Heinrich in: Vetter / Heinrich (1999), S. 196.

¹⁴⁷ Plett in: Kopperschmidt (1990), S. 129.

¹⁴⁸ Heinrich in: Vetter / Heinrich (1999), S. 204.

¹⁴⁹ Ebd.

¹⁵⁰ Plett (1979), S. 150-281.

¹⁵¹ Alle hier eingeführten Begriffe werden an entsprechender Stelle definiert.

Soviel zu den Ansätzen. Des Weiteren werden, nach Steinmanns Definition der New Rhetoric als „linguistische Disziplin, [...] die die Kunst des effektiven Ausdrucks“¹⁵² sieht, einzelne linguistische Merkmale berücksichtigt, welche der Emphase dienen. Dies geschieht ganz im Sinne einer textpragmatischen Analyse.

2.1.4. Emphase

Als Emphase wird, wie bereits in der Einleitung angedeutet, „jede sprachliche Hervorhebung“¹⁵³ angesehen, und nicht etwa im Speziellen die „rhetorische Figur des Nachdrucks bei uneigentlicher Bezeichnung des Sachverhalts“.¹⁵⁴ Diese Gewichtung erlaubt erst die detaillierte Analyse der Texte. Die rhetorischen Figuren, ausgehend von einem Abweichungsmodell, implizieren bereits einen emphatischen Aspekt, eben durch die „Abweichung von einer normalen und ursprünglichen Sprache“,¹⁵⁵ wenn davon ausgegangen wird, dass eine Abweichung vom ‚Normalen‘ Aufmerksamkeit hervorruft.¹⁵⁶ Das emphatische Moment bei der Argumentation liegt in ihren begründenden Elementen, welche nicht auf logische Schlussfolgerungen abzielen, sondern durch persuasive „Geltungsansprüche“¹⁵⁷ überzeugen, die von emphatischen Mitteln abhängen. In den Bereich der Emphase fallen auch laterale, jedoch relevante Phänomene wie die Typographie, die, in Anbetracht der medienorientierten Art der Texte und durch ihre starke Anlehnung an die Cover der (Pop)-Musik, erwähnenswert ist.

Dass die Emphase, sei es mit Hilfe rhetorischer Argumentationen oder Figuren, sei es durch bloße Mittel der schriftlichen Hervorhebung und Betonung, vor allem durch die Trias des *Ausschliessens*, *Abschwächens* und *Einschränkens*, zugunsten der wertenden Polarisierung zwischen „in“ und „out“ geformt ist, wird in der Analyse das Ziel der Beweisführung sein.

2.2. Rhetorik-Analyse: Ausschliessen, Abschwächen, Einschränken

Unter dem Aspekt der eben genannten Trias: Ausschliessen, Abschwächen, Einschränken werden alle Merkmale aufgeführt, welche im Dienste einer

¹⁵² Zitiert nach Holocher (1996), S. 7.

¹⁵³ Georg Michel in: „RLW“, Bd. I, S. 441-443.

¹⁵⁴ Ebd.

¹⁵⁵ Eggs (1984), S. 9.

¹⁵⁶ Weiterführend zum Thema vgl. Harald Fricke: „Norm und Abweichung. Eine Philosophie der Literatur“ (1981).

¹⁵⁷ Kopperschmidt (1980), S. 80.

Bewertung des für gut („in“) bzw. schlecht („out“) Befundenen ein-, bzw. ausschliessen, oder diese meist radikalen Bewertungen abschwächen, bzw. einschränken. Den Bewertungen unterliegen Geschmack, Verhaltensweisen und Meinungen. Es wird sich herausstellen, dass die Mittel des Ausschliessens vielfältiger sind als jene der Abschwächung und Einschränkung. Letztere zwei werden zusammengefasst als ‚abschwächende Einschränkungen‘ und ‚einschränkende Abschwächungen‘ behandelt, da die Bedeutungsunterschiede zwischen den zwei Vokabeln nuancenhaft sind,¹⁵⁸ und die Polarität zwischen radikalem Ausschliessen und abschwächender Einschränkung die eigentliche textkonstituierende Komponente bildet, während der graduelle Unterschied zwischen Einschränken und Abschwächen vernachlässigbar ist.

Unter dem Aspekt des Ausschliessens werden zwei Bedeutungsebenen berücksichtigt:

- A) ausschliessen = nicht dazuzählen (zur Gruppe, zum vertretbaren Geschmack, Verhalten, Standpunkt, „in“ versus „out“)
- B) ausschliessen = für unmöglich halten (Geschmack, Verhalten, Standpunkt)¹⁵⁹

Die zentrale Frage lautet: Wie werden welche rhetorische Mittel der Emphase verwendet, um die Radikalität des Ausschliessens zu bewerkstelligen, und welche Mittel dienen dazu, diese Radikalität zu mildern (abschwächen und einschränken)?

In Anbetracht des zweckorientierten Charakters rhetorischer Texte im Allgemeinen, und der Texte der Pop-Literatur im Speziellen, durch ihre Bewertungskomponente von „in“ und „out“, liegen die Analyseansätze in der pragmatischen Texttheorie. Diese befasst sich mit dem „Versuch, persuasive Textherstellung zu operationalisieren“. ¹⁶⁰ Als „persuasiv“ ist nach Dieter Breuer nicht bloss die restringierte Bedeutung von „überreden und überzeugen“ gemeint, sondern allgemein der zweckorientierte Charakter des Textes:

- 1) Jeder Text (Zeichenreihe) ist zu einem (kommunikativen) Zweck gemacht.
- 2) Der Zweck eines Textes besteht in seiner persuasorischen Wirkabsicht (Verhaltens- bzw. Einstellungsbestätigung oder -veränderung).

¹⁵⁸ Duden, Universalwörterbuch (2001).

¹⁵⁹ Nach Duden, Universalwörterbuch (2001).

¹⁶⁰ Dieter Breuer: „Einführung in die pragmatische Texttheorie“ (1974), S. 141.

- 3) Die angestrebte Wirkung ist emotionaler Art: mit Hilfe fungibler sprachlicher Mittel sollen Emotionen erregt werden.
- 4) Insofern solche Emotionen innerhalb des jeweiligen gesellschaftlichen Normensystems erregt werden, ist die bewirkte Emotion stets auch ein (historisch-sozialer) Impuls in Richtung auf eine Bestätigung oder Veränderung dieses Normensystems.
- 5) Die emotionale Wirkung ist über das Vehikel sprachlicher Zeichen herstellbar, manipulierbar, ? infolgedessen aber auch rational durchschaubar, die Kenntnis der Wirkungsbedingungen und der Wirkmittel vorausgesetzt.¹⁶¹

In Bezug auf die zu untersuchenden Texte der Pop-Literatur, besteht das persuasorische Moment im ‚Bestätigen bzw. auf Veränderung abzielen‘ des ‚Normensystems‘ bezüglich seiner Bewertung von „in“ und „out“. Ausgangslage einer solchen Bewertung ist der subjektive Geschmack der Ich-Erzähler. Im Folgenden wird Breuers Definition von „Geschmack als eine[r] funktionale[n] Größe“¹⁶² dargestellt und dem Gegenstand der Untersuchung angepasst, ganz nach Breuers Postulat der Angepasstheit von theoretischen Ansätzen an die „unterschiedliche[n] historische[n] Kommunikationsbedingungen“,¹⁶³ die in diesem Falle in erster Linie sind: Beeinflussung durch die Mediensprache.

- 1) „Geschmack“ ist die geltende Norm des Sprachverhaltens.
- 2) Diese Norm ist die Norm der sozial privilegierten („ausgebildetsten“) „Klasse“.
- 3) Die solchermaßen eingegrenzte Norm ist keine überzeitliche Konstante, sondern Funktionswert: sie verändert sich in dem Maße, wie sich die historisch-sozialen Bedingungen („Kultur“) ändern.

¹⁶¹ Ebd., S. 138-139.

¹⁶² Ebd., S. 145.

¹⁶³ Ebd., S. 140-142.

- 4) Aufgabe entsprechender wissenschaftlicher Disziplinen (Ästhetik, Rhetorik, Poetik) ist es, die der jeweils geltenden Norm zugrunde liegenden Gesetzmäßigkeiten bewusst zu machen, um dadurch Maßstäbe für die Herstellung und Kritik von „Kunstprodukten“ zu gewinnen.
- 5) Die postulierten Gesetzmäßigkeiten („Kunstregeln“) können, internalisiert, zu Normen des Sprachverhaltens werden.¹⁶⁴

In Anbetracht des allgemeingültigen Charakters dieser Aussagen, und in Bezug zur Pop-Literatur ist es von Nöten, zwei Korrekturen bzw. Ergänzungen an dieser Definition vorzunehmen. Zu diesem Zweck werden die Punkte 1) und 2) zusammengefasst und verändert. Die restlichen Punkte bleiben in ihrer Gültigkeit bestehen.

1) und 2) „Geschmack“ ist die geltende Norm des Sprachverhaltens einer alters- und gleichermassen medienbewussten bzw. -orientierten Gruppe.¹⁶⁵

„[Für] die rhetorische Theorie ist nur von Interesse, dass das jeweils herrschende Normensystem des Sprachverhaltens, d. h. der jeweilige [gruppenspezifisch] [...] sanktionierte ‚Geschmack‘, bei der Herstellung wirksamer Texte beachtet werden muss.“¹⁶⁶

Aus diesen Gründen wird die folgende Analyse darauf basieren, die alltags-, medien- und jugendsprachliche Nähe der Texte angemessen zu berücksichtigen.

2.2.1. Argumentationen

Disposition [...] ist die Auswahl und Anordnung der im Inventionsvorgang aufgefundenen Gedanken (Argumente) im Hinblick auf die beabsichtigte Wirkung. Dies

¹⁶⁴ Ebd., S. 145-146.

¹⁶⁵ S.u.: „Alltagsästhetik“.

¹⁶⁶ Breuer (1974), S. 146.

betrifft den zweckmäßigen Umfang [...], die zweckmäßige Anordnung der Argumentation [...] die Auswahl eines zweckmäßigen Argumentationsmusters.¹⁶⁷

Auf den Aspekt des ‚Umfangs‘ wird in der Analyse verzichtet. Dieser Punkt zielt auf eine Analyse rhetorisch-dialektischer Argumentationen, während die Texte der Pop-Literatur nach einem Schema der Alltagsargumentation funktionieren, wie weiter oben bereit dargelegt worden ist. Die ‚Auswahl eines zweckmässigen Argumentationsmusters‘ bildet die einzige zu untersuchende Komponente, da sie „aus dem Vorrat von gesellschaftlich-sanktionierten Argumentationsmustern im Hinblick auf Zielgruppe, Gegenstand und Situation das wirksamste Muster [auswählt]“. ¹⁶⁸

Im Folgenden werden die verschiedenen Arten der Argumentation in den Texten der Pop-Literatur vorgestellt. Es sind dies einfache Schemata, will heissen, keine formal-logischen, sondern auf Plausibilität abzielende, der Überredung dienende Muster.¹⁶⁹ Daraus resultiert die für diese Analyse wohl relevanteste Folge, dass Prämissen oft nicht nach der formallogischen Anforderung „wahr“, sondern lediglich „nachvollziehbar“ sind.

Der Kategorisierung der Argumentationsschemata liegt das Argumentations-Typologie-Schema von Manfred Kienpointner¹⁷⁰ zugrunde, wobei die Behandlung der einzelnen Argumentationsschemata nicht linear nach der Typologie durchgeführt wird. So werden beispielsweise unter der Begrifflichkeit der „Vergleichsschemata“ auch Schemata behandelt, welche nach Kienpointner einer anderen Obergruppe angehören. Dies geschieht aus dem Grund der Übersichtlichkeit und Vergleichbarkeit. Zudem ist die von Kienpointner skizzierte Unterscheidung nach ‚Schlussregel-benützenden‘ versus ‚nicht-Schlussregel-benützenden‘ Schemata für die relevante Frage nach der Bewertung von „in“ und „out“ nicht von Bedeutung. Das Schema dient somit lediglich als grobe Orientierungshilfe und wird für die vorliegende Arbeit deren Gegenstand adaptiert.

¹⁶⁷ Ebd., S. 165.

¹⁶⁸ Ebd., S. 167.

¹⁶⁹ Nachzulesen bei Perelman (1980), S. 12; Vetter / Heinrich (1999), S. 96; Pielenz (1993), S. 124.

¹⁷⁰ Manfred Kienpointner: „Alltagslogik: Struktur und Funktion von Argumentationsmustern“ (1992).

TYPOLOGIE¹⁷¹

I. SR-benützende		II. SR-etablierende		III. Arg. Schemata,	
Arg. Schemata		Arg. Schemata		die weder die	
				SR in I benützen noch	
				wie in II. induktiv	
				Etablieren	
1. Einord-	2. Vergleichs-	3. Gegensatz-	4. Kausal-		
nungs-	schemata	schemata	schemata		
schemata					
a. Definiton	a. Gleichheit	a. kontradik-	a. Ursache	1. induktive	1. illustrative
b. Genus-	b. Ähnlichkeit	torisch	b. Wirkung	Beispiels-	Beispielarg.
Spezies	c. Verschieden-	b. konträr	c. Grund	arg.	2. Analogie-
c. Ganzes-Teil	heit	c. relativ	d. Folge		arg.
	d. a maiore	d. inkompä-	e. Mittel		3. Autoritäts-
	a minore	tibel	f. Zweck		arg.

Erläuterungen: SR = Schlussregel

Kienpointner grenzt die SR von einer logischen Schlussregel wie folgt ab:

In Schlußschemata der APL [Aussagen- und Prädikatenlogik] sind die Prämissen gleichgeordnet und gleichwertig [...]. Dagegen hat in natürlichsprachlicher Argumentation die von mir als ‚Schlußregel‘ bezeichnete Inhaltsrelation die Funktion, den Übergang von Argument zu Konklusio zu garantieren, ist also funktional vom Argument zu unterscheiden, dessen Wahrheit / Richtigkeit seine Haltbarkeit, nicht aber seine Relevanz gewährleistet. Dieser Unterschied berechtigt dazu, inhaltliche ‚Schlußregeln‘ als Teile natürlichsprachlicher Argumentationsschemata von formallogischen ‚Schlußregeln‘ abzuheben, die alle Prämissen gleich behandeln.¹⁷²

Es werden im Folgenden exemplarisch jene Schemata analysiert, welche zur Konstituierung der Trias „Ausschliessen, Abschwächen und Einschränken“ beitragen. Einzelfälle oder partiell auftretende Phänomene werden nicht berücksichtigt, so z. B. die Kausalschemata, da sie der Trias nicht nennenswert dienlich ist.

¹⁷¹ Kienpointner (1992), S. 246.

¹⁷² Kienpointner (1992), S. 50.

2.2.1.1. Einordnungsschemata

2.2.1.1.1. Definitionen

Eine Unterscheidung zwischen den verschiedenen Arten von Definitionen, wie dies in den fachsprachlichen Definitionstypen der Fall ist, macht für die Analyse der in den Texten der Pop-Literatur verwendeten Definitionsschemata keinen nennenswerten Sinn, denn „[v]iele der technischen Definitionsformen der Einzelwissenschaften sind für die Alltagsargumentation ohne Belang“.¹⁷³ Obwohl Kienpointner den „Definitionen in der mündlichen und schriftlichen Alltagsargumentation eine geringere Rolle als in fachsprachlichen Argumentationen“¹⁷⁴ zuspricht, spielen sie in den Texten der Pop-Literatur sehr wohl eine grosse Rolle. Dies mag daran liegen, dass die Texte sich an einer Mediensprache orientieren, welche Definitionen als „persuasives Mittel“¹⁷⁵ einsetzt. Zudem trifft eben genau das bei den untersuchten Texten ‚verstärkend‘ zu, was Kienpointner als persuasiv ‚vermindernd‘ ansieht, nämlich dass „die synonymischen Äquivalenzen selten für alle Subgruppen einer Sprechgemeinschaft in gleicher Weise akzeptabel sind [aufgrund des] weltanschaulich jeweils unterschiedlichen Gebrauch[s] entscheidender Ausdrücke“.¹⁷⁶ Bei den Texten der Pop-Literatur wird das von Kienpointner als ‚minderndes‘ Moment Bezeichnete dafür genutzt, dass die Persuasion für die anvisierte „In-Gruppe“ sehr wohl gewährleistet wird. Das, was Kienpointner durch fehlende „Äquivalenzen“ als ‚persuasiv mindernd‘ bezeichnet, wird in der Pop-Literatur eben gerade als persuasiv eingesetzt. Dies ist dadurch möglich, dass von einer relativ homogenen Gruppe (Generation Golf¹⁷⁷) über eine relativ homogene Gruppe (Generation Golf) geschrieben wird, was grösstenteils eben gerade für „synonymische Äquivalenzen“ sorgt.¹⁷⁸

Die Definitionen bestehen meist aus repräsentativen Elementen. Diese repräsentativen „Definiens“¹⁷⁹-Elemente sind jedoch, zumindest für weltanschaulich Gleichgesinnte, bedeutungsvoll, da genug assoziationsbeladen,

¹⁷³ Ebd., S. 253.

¹⁷⁴ Ebd.

¹⁷⁵ Ebd., S. 254.

¹⁷⁶ Ebd., S. 253.

¹⁷⁷ Um eine allfällige Verwechslung zwischen der Generation Golf als Generation und „Generation Golf“ als Werk von Florian Illies zu vermeiden, wird von letztere immer als Titel markiert oder als solcher erwähnt.

¹⁷⁸ Natürlich ist es möglich, dass die Äquivalenz bei einzelnen Aspekten auch innerhalb der Generation Golf nicht zustande kommen. Insgesamt ist diese jedoch mehrheitlich gewährleistet, was somit Kienpointners Aussage widerspricht, oder zumindest stark abschwächt.

¹⁷⁹ Fricke / Zymner (1996), S. 247.

um sich ein klares Bild vom „Definiendum“¹⁸⁰ zu machen. Diese Art der Definition ist ausschliessend, da sie keine weiteren, und vor allem nicht inkompatiblen, Elemente als Definiens erlaubt.

Die Partei, in der sich die Gruppe der Latzhosenträger, BH-losen Frauen, Reinhard Meys, Rainer Langhans', der Zigarettenselbstdreher und Liegenfahrradfahrer am reinsten erhalten hatte, sind jahrelang die Grünen. („Generation Golf“, S. 181)

Diese Art der Definierung einer Menschengruppe, deren Definiens-Elemente aus Stereo- und Prototypen bestehen, welche vor allem für die Gleichgesinnten als solche anerkannt sind, bezeichnet Kienpointner als „Arg. Schema mit Stereotyp: Gruppeneigenschaften und Eigenschaften von Mitgliedern der Gruppe“.¹⁸¹ Solche Definitionen sind nicht für alle nachvollziehbar, da sie davon abhängen, dass der Leser diese Stereotypen teilt. Ist beispielsweise ein „Latzhosenträger“ für ein Mitglied einer anderen Gruppe stereotypisch für jemanden, der einen dicken Bauch hat, funktioniert die Definition nicht ohne weiteres. Somit findet bereits in der Verwendung der Stereotypie ein Ausschliessen statt, nämlich dadurch, dass eine andersgeartete Stereotypisierung ausgeschlossen wird, und dass Leser, welche diese Stereotypisierung der „Latzhosenträger“ als Hinweis auf grüne politische Gesinnung nicht teilen, vom Verständnis der Definition ausgeschlossen werden.

Weniger ausschliesslich sind „Flexible Definitionen“,¹⁸² welche Alternativen in der Definiens erlauben:

[...] Schlüsselreiz: Man hat Durst, oder das Gegenteil davon, oder man hat Hunger, oder es hat sowieso alles keinen Zweck mehr [...] Oder das Telefon klingelt [...]. („Soloalbum“, S. 63)

Stark bewertend und positive Aspekte ausschliessend sind die Definitionen folgenden Typs:

Vollidiot [...] Ich schätze mal: Theologe, eine fette Frau mit unrasierten Beinen [zu Hause] mindestens zwei ungewaschene Kinder. Natürlich mit einem Trekking-Rad [...] natürlich hat er eingekauft, die Frau liegt wahrscheinlich schon wieder schwanger auf dem Sofa, hat keine Lust auf Sex und riecht nach Gemüserülp [...] der Fahrradkorb hinten ist voll mit lauter Frischhundgesund. Einkaufen gehen heisst für diese Menschen immer nur: Fressen ranschaffen, und zwar möglichst günstig, oder aber möglichst verträglich für Mama Erde und für die Familie, dann gerne auch teurer, was muss, das muss. Vorne ist

¹⁸⁰ Ebd.

¹⁸¹ Kienpointner (1992), S. 93.

¹⁸² Fricke / Zymner (1996), S. 249. Im Gegensatz zur Definition bei Fricke / Zymner bestehen die flexiblen Definitionen der untersuchten Texte nur aus ‚alternativen Merkmalen‘ aufgrund von ‚Familienähnlichkeit‘ und sind deshalb für den Sachverhalt nicht weiter von Interesse.

natürlich auch noch ein Fahrradkorb, denn das ist bei so Idiotenfahrrädern so, damit man Babys und Fressen in je großer Menge transportieren kann. („Soloalbum“, S. 84)

Diese Definition impliziert neben den aufgereihten Definiens-Elementen eine Reihe von stark wertenden Merkmalen. Bereits im Definiendum „Vollidiot“ liegt eine Ausschliesslichkeit vor, die keine Einschränkung zulässt. Im Ausdruck „Fressen ranschaffen“ liegt eine gleichgeartete Ausschliesslichkeit vor, welche durch die unmissverständliche Wortwahl sowohl im Substantiv „Fresse“ wie auch im Verb „ranschaffen“, ausgedrückt wird. Im Adverb „natürlich“, das dreimal verwendet wird, finden sich weitere ausschliessende Elemente. Abschwächend wirkt in dieser Definition lediglich das Einräumen, dass es sich bei den Definiens um Präsuppositionen handelt, gekennzeichnet durch das Adverb „wahrscheinlich“, (zwei Mal) und durch das Verb „schätzen“ zwischen Definiendum und der Reihe der Definiens-Elemente. Kienpointner bezeichnet dies als eine Definition, „die durch Zusätze näher bestimmt wird (=Substantiv + Adjektiv / Substantiv + Attributsatz / Substantiv + Präpositionalphrase / Genitivattribut usw.), auch längere parataktische [+ hypotaktische] Sequenzen von deklarativen Sätzen, die zusammengenommen eine definierende Beschreibung liefern [berücksichtigt]“.¹⁸³

Ähnlich negativ bewertend, und als „Lieblingsspiel“ des Protagonisten und seines Freundes dargestellt, sind Definitionen nach der Art von Listen, welche beispielsweise „Gründe aufzählen, welche die meisten deutschen Musiker hassenswert machen“ („Soloalbum“, S. 219). „Fury In The Slaughterhouse“ wird als „hassenswert“ bezeichnet, und zwar aus folgenden Gründen:

- kommen aus Hannover
- singen in schlechtem Englisch schlechte simpelste Textchen
- haben eine Klezmer-Rock-Platte gemacht und sich nicht geschämt für solche Ethno-Spießigkeit
- sind extrem schlecht angezogen
- halten ihr lächerliches Nebenprojekt „Little Red Riding Hood“ für musikalisch experimentell, dabei klingt es so wie immer
- Sänger und Gitarrist sind Brüder und emotionen alles¹⁸⁴ voll mit einer ganz ekligen Weicheiversion des Machotums
- rekrutieren ein sehr reines Idiotenpublikum („Soloalbum“, S. 219)

¹⁸³ Kienpointner (1992), S. 253.

¹⁸⁴ Man beachte an dieser Stelle die massiv emphatischen Elemente wie „alles voll mit einer ganz ekligen“, und „sehr reines Idiotenpublikum“.

Die Liste ist im Original länger, wird aber hier auf ein paar repräsentative Elemente reduziert. Die Bewertungen erfolgen nicht nur aufgrund des adverbialen „hassenswert“ im Definiendum, sondern auch durch die negativ besetzten Adjektive „lächerlich“, „schlecht“, auch in seiner Steigerungsform „extrem schlecht“, sowie durch negativ besetzte Substantive wie „Spießigkeit“ und „Idiotenpublikum“. Zudem impliziert das Diminutivum *-chen* in „Textchen“ eine negative Bewertung.¹⁸⁵ Diese Bewertungen schliessen positive Eigenschaften aus.

Weniger wertend sind die Definitionen, in welchen eine reine Auflistung von beispielsweise „zehn Singles zum Verlieben“ („Soloalbum“, S. 216) stattfindet. Diese Listen erinnern stark an Nick Hornbys „High Fidelity“, in welchem beispielsweise „Meine fünf Traumjobs“¹⁸⁶ aufgelistet werden. Moritz Baßler führt dazu Folgendes auf:

„*High Fidelity* lebt [...] ebenfalls vom Liebeskummer seines Ich-Erzählers, im Unterschied zum Soloalbum ist das jedoch nicht bloß ein erzählerischer Trick, sondern die Liebesgeschichte wird hier tatsächlich zum handlungsbestimmenden Element, mit Happy-End und allem. Bei Stuckrad-Barre ist die Frau die Lizenz zur idiosynkratischen Routine, er schlägt die Dramaturgie von Anfang an in den Wind und macht seine Prosa aus den Listen, während Hornby umgekehrt von den Listen [...] zur Story gelangt [...].“¹⁸⁷

Die reine Auflistung, der „Katalog“ zum Ziele der „Archivierung“,¹⁸⁸ ist eine weitere Form von Definition. An solchen Stellen findet das statt, was Baßler als „das Sammeln, das Segmentieren der gesammelten Texte und die Ordnung der Segmente in Rubriken“¹⁸⁹ bezeichnet. Baßler benennt dieses Verfahren als „Konstruktion von Paradigmen“¹⁹⁰ aufgrund bestehender Texte, oder Textfragmente. Nach Baßler ist diese Art von Definition aufgrund von Listen, bestehend aus Versatzstücken bereits vorhandener Texte „das Herzstück aller popliterarischen Verfahren zwischen Sammeln und Generieren.“¹⁹¹

Von einer Definition der Pop-Literatur als einer „Prosa aus Listen“¹⁹² ausgehend, sind hier die Arten der Listen als Definitionen aufgeführt worden. Diese Definitionen haben meist ausschliessenden Charakter, sei es durch die Verwendung von stark wertenden Elementen („hassen“, „lächerlich“, „hässlich“,

¹⁸⁵ S.u.: „Parodie“.

¹⁸⁶ Nick Hornby: „High Fidelity“, S. 285.

¹⁸⁷ Baßler (2002), S. 108-109.

¹⁸⁸ Ebd., S. 94-96. Kommt vor allem in „Faserland“ vor, wo zahlreiche Personen dadurch beschrieben werden, was sie tragen und an Produkten vorzuweisen haben. Dieses Verfahren erinnert an Bret Easton Ellis, welcher in seinem Werk „American Psycho“ mit ähnlichen Verfahren arbeitet.

¹⁸⁹ Ebd., S. 101.

¹⁹⁰ Ebd., S. 102.

¹⁹¹ Ebd.

¹⁹² Ebd., S. 94-96.

„schlecht“, „Fresse“, „Vollidiot“, etc.) oder durch die, zumindest von Gleichgesinnten wahrgenommene, in den assoziationsgeladenen Definiens-Elementen enthaltene, ausschliessende Information. Aussagenlogisch lassen sich alle hier vorgestellten Definitionsarten dem Schema des „Modus ponens“¹⁹³ unterordnen:

$$\begin{array}{c} p \rightarrow q \\ p \\ \hline q \end{array}$$

Es muss berücksichtigt werden, dass p aus den Elementen a V b V c V etc. bestehen kann. (V = oder)

An einer der Definitionen veranschaulicht würde die Formel, sprachlich umgesetzt, wie folgt lauten:

Eine Partei (p), die aus Mitgliedern besteht, welche Latzhosenträger (a), BH-lose Frauen (b), Reinhard Mey-Hörer¹⁹⁴ (c) etc. sind, ist eine Partei der Grünen.(q)

Die Partei (p) besteht aus a, b, c etc.

Also: Die Partei (p) ist eine der Grünen.

2.2.1.2. Vergleichsschemata

Kienpointner unterscheidet Vergleichs-, Beispiels- und Analogieschemata wie folgt:

- Analogieargumentation ist meist Einzelfallargumentation.

- der strittige Fall und der analoge Fall, der ihn klären soll, stammen aus unterschiedlichen Bereichen der Natur oder der gesellschaftlich-sozialen Realität (z. B. Bereiche mit den Merkmalen (belebt) vs (nicht belebt) oder (menschlich) vs (nicht menschlich).

¹⁹³ Kienpointner (1992), S. 248.

¹⁹⁴ Anzunehmen, dass an dieser Stelle mehr als bloss normale „Hörer“ gemeint sind, sondern eher Fans im Sinne von ideologischen Anhängern / Jüngern.

Mit diesen Kriterien läßt sich Analogieargumentation von Beispielsargumentation im engeren Sinn (die Beispiele stammen aus denselben oder ähnlichen Realitätsbereichen und gehen über Einzelfälle hinaus) und von Vergleichsargumentationen (die Vergleichsschemata setzen Schlußregeln voraus, die ganze Klassen von gleichen / ähnlichen Fällen betreffen, die aus denselben / ähnlichen Realitätsbereichen stammen) im Normalfall abgrenzen.¹⁹⁵

Wie Kienpointner bereits einräumt, liegen diese klaren Unterscheidungen nur im ‚Normalfall‘ vor. Für diese Arbeit werden diese Definitionen deshalb wie folgt abgeändert:

Als Vergleichsargumentation gilt jene Art der Argumentation, welche mit Vergleichen operiert, die aus ähnlichen Bereichen stammen, und welche von einer impliziten oder expliziten SR Gebrauch macht.

Bei der Beispielsargumentation handelt es sich um ein Schema, das Beispiele aus denselben oder ähnlichen Bereichen ohne SR zur Argumentierung gebraucht.

In der Analogieargumentation werden analoge Beziehungen aus unterschiedlichen Bereichen der Natur oder der gesellschaftlich-sozialen Realität hergestellt. Entscheidend und abgrenzend zur Vergleichsargumentation sind die verwendeten Analogieschemata: A zu B = C zu D oder B zu A = C zu B.

Entgegen Kienpointners Unterteilung werden alle Analogieargumentationschemata in dieser Arbeit als mit SR operierende Schemata behandelt. Dies geschieht deshalb, weil implizite SR auf jeden Fall vorliegen, da das Analoge aus einem nicht-kompatiblen Bereich stammt, und somit nicht verstanden wird, wenn nicht eine Schlussfolgerung daraus gezogen werden kann.

2.2.1.2.1. Vergleich

Unfaßbar, was die Leute so alles auftürmen, um ein aufregendes Leben zu simulieren. Ich gucke an mir runter und merke, dass ich – wenn ich allein wäre – auch ganz anders angezogen wäre. Das ist ungefähr dasselbe und entlastet. („Soloalbum“, S. 74)

„So alles auftürmen“ meint Dinge, welche sich in einer Wohnung befinden, nach dem Ich-Erzähler mit dem Zweck „Leben zu simulieren“. Diese Dinge werden mit den eigenen Kleidern verglichen. Eigentlich sind solche Dinge für den Ich-

¹⁹⁵ Kienpointner (1992), S. 384.

Erzähler unfassbar (=Ausschliessen), er räumt aber im Vergleich („das ist ungefähr dasselbe“) ein (Einschränken, Abschwächen), dass er selber ebenfalls davon Gebrauch macht, um zu ‚simulieren‘. Mit einer SR formuliert würde der Satz wie folgt lauten:

Leben simulierende Dinge sind unfassbar.

Was ich mache entlastet.

Ich trage Leben simulierende Dinge.

Also: Das ‚Unfassbare‘ an den simulierenden Dingen wird entlastet.

Bei diesem Beispiel muss berücksichtigt werden, dass der zweite Satz eine Zwischenprämisse bildet, die ohne Begründung als Behauptung für sich sprechen soll.

Implizit, da nicht vom „Ich“ kommentiert, sind die SR in den Vergleichsargumentationen folgender Art:

Sie [die EX] fährt mich zum Bahnhof, ich fühle mich wie ein abgeschobener Asylbewerber. („Soloalbum“, S. 96)

Mit einer SR umformuliert würde der Satz wie folgt lauten:

Nur Asylbewerber fühlen sich schlecht.

Ich fühle mich schlecht.

Also: Ich fühle mich wie ein Asylbewerber.

Diese Vergleichsargumentation¹⁹⁶ lebt von der Radikalität der Gefühle, von welcher vorausgesetzt wird, dass ein Asylbewerber sie empfindet, und die einen Mindestmass an guten Gefühlen seitens desselben ausschliesst. Kienpointner deutet vermehrt darauf hin, dass keine aussagenlogischen, wahren und richtigen Schlüsse von einer Alltagsargumentation erfordert werden können, sondern, dass es darauf ankommt, dem Leser Nachvollziehbarkeit und Plausibilität zu bieten. Die Prämisse (Asylbewerber fühlen sich elend) muss beim Publikum Zustimmung¹⁹⁷ finden, wie auch beispielsweise Perelman festhält.¹⁹⁸

¹⁹⁶ Die in ihrer Art ein Trugschluss ist.

¹⁹⁷ Chaïm Perelman: „Das Reich der Rhetorik: Rhetorik und Argumentation“ (1980), hier S. 30.

¹⁹⁸ Natürlich könnte an dieser Stelle eingeräumt werden, dass ein Rechtsradikaler beispielsweise diese Auffassung nicht teilt, dass abgeschobene Asylanten stark negative Gefühle empfinden. Diese Berücksichtigung übersteigt jedoch den Mass der zu berücksichtigenden Elemente und wird

Zustimmung beim Publikum finden Vergleichsargumentationen „a maiore“ und „a minore“.¹⁹⁹ Die Argumentation „a maiore“ beispielsweise funktioniert deshalb argumentativ gut, da sie auf ein Grundwissen zurückgreift, das „doch wirklich jedes Kind“ („Relax“, S. 65) kennt. Und was schon jedes Kind kennt, das kennt erst recht jeder Erwachsene, so das Begründungsprinzip der „a maiore“-Schemata.

Irgendwo an der Wand muss doch der Lichtschalter sein. An jeder Wand ist ein Lichtschalter [a maiore]. Das ist immer so [a maiore]. Das muss so sein. („Relax“, S. 126)

Diese Situation stammt aus einer Szene, in welcher die Zurechnungsfähigkeit des „Ich“ eingeschränkt sein dürfte, da stark unter Alkoholeinfluss stehend. Nichtsdestotrotz liegt die Begründung des Suchens nach dem Schalter in einer Prämisse, welche Einwände ausschliesst, da sie auf einem Pseudo-Gesetz seitens des „Ich“ basiert, dass nämlich „an jeder Wand“ ein Lichtschalter sein „muss“, wie „immer“ (a maiore). Diese Szene ruft eine Situationskomik hervor, dadurch, dass verzweifelt an einer Prämisse festgehalten wird, die im nüchternen Zustand, in dem sich das „Ich“ eben gerade nicht befindet, unhaltbar wäre. Die Mehrzahl der Leser kann jedoch diese Art der Argumentation durch eigene, aktive oder passive Erfahrungen nachvollziehen.

2.2.1.2.2. Illustratives Beispiel

Diese, ohne SR funktionierende, Beispielsargumentation tritt spärlich in der Pop-Literatur auf. Dies mag daran liegen, dass sie Bewertungen nur mässig ermöglicht, wovon in den untersuchten Texten bezüglich des „Ausschliessens, Abschwächens und Einschränkung“ reichlich Gebrauch gemacht wird.

Wenn ich auf der Banalitätskala dann ganz unten, so etwa bei Springsteen, gelandet bin, springe ich aus dem Fenster oder verbrenne meine Musikanlage, statt meiner Frau. („Soloalbum“, S. 107)

„So etwa bei Springsteen“ ist eine rein provokante Exemplifizierung der untersten Stufe der „Banalitätskala“, die keine andere Wahl lässt, als sich umzubringen, wenn man dort angekommen ist. Die Anhäufung negativ besetzter Aussagen („Banalitätskala“, „ganz unten“, „aus dem Fenster springen“, „Musikanlage

deshalb nicht weiter behandelt. Es kann jedoch bezüglich der Ausschliesslichkeit angeführt werden, dass solche Prämissen die Leserschaft bereits unterteilt in Ein- und Ausgeschlossene.

¹⁹⁹ Kienpointner (1992), S. 285-306.

verbrennen“) schliesst jeden Zweifel daran aus, dass die Musik von Springsteen, als Beispiel, etwa für gut zu finden sei. Als abschwächend, jedoch nur im Zusammenhang mit dem ultimativen „aus dem Fenster springen“, könnte allenfalls das „Verbrennen der Musikanlage“, statt der Frau²⁰⁰ in Betracht gezogen werden.

2.2.1.2.3. Analogie

Die häufigste Form der Vergleichsschemata ist zweifellos jene der Analogie. Dem allgemeinen Unterhaltungsziel²⁰¹ folgend, liegt in den Analogien die grösstmögliche Form der Unterhaltung vor, liegt doch in der vermeintlichen Unvereinbarkeit²⁰² der Analogieelemente ein komisches Potenzial vor, wie Perelman sagt: „eine Divergenz kann hierbei [...] komisch wirken“.²⁰³

Das Schema der Analogieargumentation sieht wie folgt aus: „A verhält sich zu B wie C zu D“.²⁰⁴ Die Analogiestruktur kann jedoch auch aus nur drei Komponenten bestehen, nach dem Schema: „B verhält sich zu A wie C zu B“.²⁰⁵ Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass Analogieverhältnisse offen sind, d. h., dass sie, dem Schema folgend, beliebig erweitert werden können:

A zu B = C zu D = E zu F etc. oder B zu A = C zu B = D zu B etc.

2.2.1.2.3.1. Analogie mit vier Komponenten

Die Analogien können innerhalb des unähnlichen Bereichs, aus denen sie nach der Definition stammen müssen, unterschiedlich nahe beieinander liegen. Das folgende Beispiel könnte aufgrund der Analogieelemente aus ähnlichen Bereichen, als Vergleichsargumentation angesehen werden. Wegen der klaren Analogiestruktur wird es jedoch an dieser Stelle aufgeführt.

²⁰⁰ Dabei handelt es sich um eine Anspielung auf die Schlagzeile aus dem Fernsehen: „Meine Frau wollte mich verbrennen.“ („Soloalbum“, S. 106) Die Musikanlage an Stelle der Frau zu verbrennen impliziert ebenfalls eine Abschwächung, und zwar aus moralischer Sicht.

²⁰¹ Holocher (1996), S. 77: „Generelle Ziele wie Überzeugen, Unterhalten und Stimulieren sollen [...] als Mittel im rhetorischen Prozeß betrachtet werden.“

²⁰² Vgl. „Unangemessenheit“ beim „Malapropismus“ (bezogen auf die Lexik) als „bevorzugtes Mittel“ der „Sprachkomik“ in der „Dramentraktion“ bei Fricke / Salvisberg in: „RLW“, Bd. I: „Bühnenkomik“, S. 279-282.

²⁰³ Perelman (1980), S. 83. Zwar bezieht Perelman diese Aussage auf den Vergleich. Nach der oben festgelegten Definition jedoch kommt die Divergenz wohl eher in der Analogie vor, da sie die Argumentationselemente aus „verschiedenen Bereichen“ bezieht.

²⁰⁴ Perelman (1980), S. 119.

²⁰⁵ Kienpointner (1992), S. 385.

Mütter und Lehrer waren sich von Anfang an darüber einig, dass diese Rucksäcke (A) mindestens so schlecht für den Rücken (B) waren wie die roten und schwarzen Adidas-Allround-Turnschuhe (C) für die Füße (D). („Generation Golf“, S. 15)

Die medizinische Analogiebegründung seitens der Eltern und Lehrer gilt als Provokation, „unverdrossen die im Grunde völlig unbequemen Rucksäcke zu den auf Dauer sehr unpraktischen Turnschuhen“ („Generation Golf“, S. 15) zu tragen. Es ist ausgeschlossen, die Meinung der Eltern und Lehrer zu teilen. Hier wird eine Realität abgebildet, die jeder Eltern- und Lehrerteil nachvollziehen kann, aber wahrscheinlich auch jeder über die Trotzphase hinausgewachsene Erwachsene, nämlich, dass das, was von Lehrern und Eltern verboten oder für schlecht befunden wird, erst recht gemacht (getragen) werden soll: „Allein deswegen trugen wir [...]“ („Generation Golf“, S. 15). Die Begründung, dass die Rucksäcke „mindestens so schlecht für den Rücken sind“, schliesst jeden, zumindest medizinischen, positiven Aspekt seitens der Eltern und Lehrer aus. Während bei diesem Beispiel die Abgrenzung zu Eltern und Lehrern die Ausschliesslichkeit einer Handlung bestimmen, wird in der folgenden Analogieargumentation von Handlungen auf die Ausschliesslichkeit geschlossen.

So begegnen sie [Mitgliedern der Generation Golf] Menschen, die die vier Meter hohen Stuckdecken (A) künstlich und ohne Zwang abgehängt (B) haben, mit derselben Verachtung wie den Opelfahrern (C), die ihren Manta tiefergelegt (D) haben. Beziehungsweise allen Golf Fahrern (E), auf deren Rückscheibe noch immer ein riesiger KENWOOD-Aufkleber (F) prangt. („Generation Golf“, S. 117-118)

Die Ausschliesslichkeit dieser Analogieargumentation, bestehend aus drei Analogiepaaren, liegt in den Ausdrücken „Verachtung“, „immer noch“, „künstlich und ohne Zwang“ und „prangt“, welche allesamt explizit („Verachtung“) oder implizit (übrige) eine positive Bewertung ausschliessen. Eine Einschränkung liegt darin vor, dass auch Golffahrer kritisiert werden, die allgemein als Mitglieder der auserwählten Gruppe als absolut „in“ gelten, und zwar dadurch, dass sie das „In-Objekt“ Golf mit einem „Kenwood-Aufkleber“ verzieren, welcher wiederum absolut „out“ ist. Impliziter Art ist die Bewertung in folgender Analogie:

Dass ich diesen Satz mal würde sagen wollen und können – ich liebe (A) Anzüge (B). Das klingt wie: Im Herbst ist Sylt (D) sehr schön (C). („Soloalbum“, S. 88)

Um die Analogie verstehen zu können, muss klar sein, wie die Aussage „Im Herbst ist Sylt sehr schön“ zu bewerten ist. Anhaltspunkte gibt es nur spärliche, nämlich in der Einräumung, dass dies „mal würde sagen wollen und können“ impliziert, dass es zu einem anderen Zeitpunkt, oder unter anderen Umständen,

für ausgeschlossen gehalten worden ist, ebendies zu sagen. Ein Ansatz zur Interpretation könnte darin liegen, dass Sylt eine konventionelle Partyinsel²⁰⁶ ist, die Partyinsel der Besserbegüterten schlechthin, dies allerdings eher im Sommer. Somit könnte ‚Sylt im Herbst lieben‘ darauf abzielen, die Ruhe und Naturschönheit der Insel den Partys vorzuziehen, wie es wohl eher Rentner, oder langweilige „out-Leute“ tun. An dieser Problematik der Deutung wird deutlich, dass die Pop-Literatur eine Literatur der Insider ist. Ohne das nötige Verständnis für die Assoziation kann der Leser, zumindest stellenweise, Verstehensprobleme haben.

Ob jemand in die „In-Gruppe“ ein- oder ausgeschlossen wird hängt nicht nur von seinem Wissen ab, sondern auch von seiner Generationszugehörigkeit:

Statt mit der Ente nach Südfrankreich oder mit dem Interrail-Ticket durch Europa fahren wir bereits auf der Klassenfahrt nach Florenz und anschließend mit unserer Freundin zum zweiwöchigen Strandurlaub in die Türkei, 4-Sterne-Hotel, Vollpension, 1498 Mark. Länder wie die Dominikanische Republik (A), die wir früher mühselig in Geographie im Diercke-Weltatlas suchten, wenn wir die Inseln der Karibik zählen mußten, sind für die Jüngeren (B) inzwischen so vertraut wie Mutlangen und Gorleben (C) für die 68er (D). („Generation Golf“, S. 168)

Die drei naheliegenden „Generationen der 68er“, „Generation Golf“ und „Jüngere“ werden anhand von geographischen Kenntnissen und Reisezielen abgegrenzt. Während die „Generation Golf“ das Weit-Reisen („bereits auf der Klassenfahrt nach Florenz“) sozusagen eingeleitet hat, und somit die „Jüngeren“ heutzutage mit fernen Inseln wie die „Dominikanische Republik“ vertraut sind, werden die „68er“ dazu reduziert, dass sie „Mutlangen und Gorleben“ kennen, sei es, weil sie einer zu alten Generation angehören, um weit gereist zu sein, sei es als stereotypisierte Anspielung darauf, dass alle „68er“ sich gegen Atomkraft und deren Müll eingesetzt haben. Durch die Art der Stereotypen wird implizit ausgeschlossen, dass sich beispielsweise ein Mitglied der „68er“ Generation nicht gegen Atomkraft eingesetzt hätte. Die Abgrenzung allgemein, sowie hier spezifisch von anderen Generationen, wird im gleichnamigen Werk von Florian Illies an einer weiteren Stelle als „Lebensmaxime“ beschrieben:

Denn die Abgrenzung gegen die Vorgängergeneration mit ihrer Morallhoheit war für uns früh eine entscheidende Lebensmaxime. („Generation Golf“, S. 177)

²⁰⁶ Vgl. Ausgangspunkt der Reise in Christian Krachts „Faserland“: „Also, es fängt damit an, daß ich bei Fisch-Gosch in List auf Sylt stehe und ein Jever aus der Flasche trinke“. (S. 9)

2.2.1.2.3.2. Analogie mit drei Komponenten

Der Kauf bestimmter Kleidungsgegenstände (A) ist, wie früher die Lektüre eines bestimmten Schriftstellers (C), eine Form der Weltanschauung (B) geworden. In dem, was ich kaufe, drückt sich aus, was ich denke, beziehungsweise: In dem, was ich kaufe, drückt sich aus, was die Leute denken sollen, was ich kaufe. („Generation Golf“, S. 145)

Die Analogieargumentation wird an dieser Stelle der Begründung (ich bin, was ich kaufe) vorweggenommen. Die Analogie findet nicht nur zwischen „Kleidungsgegenständen“ und „Lektüre“ statt, sondern auch durch die Antithese von „früher“ und ‚heute‘, wobei letzteres implizit, jedoch eindeutig, dem expliziten „früher“ gegenübersteht. An dieser Analogieargumentation wird, stellvertretend für die Gesinnung der Generation Golf, die Bedeutung von Kleidungsgegenständen im Speziellen und Ware im Allgemeinen²⁰⁷ dargestellt und durch die Analogie zur Lektüre der früheren Generationen aufgewertet: Es wird angenommen, dass die Orientierung an Lektüre als positiv zu bewerten ist, während wiederum angenommen wird, dass Orientierung an Ware als negativ gilt. Durch die Analogiebeziehung zwischen Ware (-) und Lektüre (+) wird eine Aufwertung der Weltanschauung anhand von Ware anvisiert.

Ein weiterer Aspekt dieser Argumentation, ist der induktive Charakter. Vom Einzelfall ‚Kleidungskauf‘ wird auf die für allgemein gehaltene Prämisse geschlossen: Ich bin, was ich kaufe. Es wird jedoch eingeräumt, dass diese zweischichtig sei, nämlich dadurch, dass sie von ‚Ich bin, was ich kaufe‘ abgeändert wird in ‚Das Gekaufte bestimmt, wie mich die Anderen sehen‘. In dieser Abwandlung der ursprünglichen Prämisse, wird der Wunsch der Generation Golf, vertreten durch die Aussage des „Ich“, deutlich, Anerkennung zu finden, „in“ zu sein bei der entsprechenden „Wir-Gruppe“.²⁰⁸ Die Wichtigkeit der Ware als Orientierung wird teilweise, wie weiter oben schon erwähnt, als „Modedarwinismus“²⁰⁹ verschrien, gilt jedoch nach Holocher als unbewertete Folge der Entwicklung der neuen Kommunikationsformen,²¹⁰ beeinflusst durch die neuen Medien.

Ganze Lebenskonzepte und Anschauungen entwickeln sich in breiten Bevölkerungsschichten zunehmend nach Maßgabe der Werbe- und Unerhaltungsindustrie

²⁰⁷ S.u.: „Alltagsästhetik“.

²⁰⁸ Holocher (1996), S. 180.

²⁰⁹ Seibt zitiert nach Baßler (2002), S. 124.

²¹⁰ S.u.: „Pop-Literatur als (ästhetische) Kommunikation“ ff.

[...] Die Identität der Menschen beginnt an materiellen Gütern als Statussymbole zu haften, die darüber hinaus zum Wertmaßstab der Gesellschaft avancieren.²¹¹

Dieser Wertmassstab ist entscheidend dafür, ob jemand in die Gruppe der „coolen“ ein-, oder von dieser ausgeschlossen wird, also „in“ oder „out“ ist.

„Jede Identität“, so Pelinka (1995:29), „bedeutet unvermeidlich Einschließung und Ausschließung“; und eines der argumentativen Vehikel, die diese Ein- und Ausschließung transportieren, ist die Wir-Gruppen-Konstruktion: hier [Mitglieder der Generation Golf mit entsprechendem Geschmack und Verhalten] als positiv bewertete in-group, dort die [anderen, die Masse] als negativ bewertete outgroup.²¹²

Eher dem emphatischen „Unterhaltungsprinzip“²¹³ unterzuordnen sind die folgenden Analogie-Beispiele, da sie Dinge thematisieren, welche, wenn nicht ganz tabuisiert, sich zumindest am Rande eines Tabus bewegen, und somit von gewissem Reiz sind:

Damals in Bonn habe ich [mit der Prostituierten] erst 100 ausgehandelt, später aber 200 bezahlt, damit das Ganze dann noch entfernt etwas mit Sex zu tun hat (A), das ist ja wie bei der Krankenkasse (C), kostet alles extra (B). („Soloalbum“, S. 114)

Sowohl beim erkauften Sex wie bei der Krankenkasse „kostet alles extra“, wie jeder weiss („a maiore“), der eine Krankenversicherung abgeschlossen hat und mit den Bedingungen der Prostitution aktiv oder passiv vertraut ist. Die Analogie impliziert durch die scheinbare Unvereinbarkeit der beiden Analogiebereiche „Sex“ und „Krankenkasse“ eine komische Komponente. In der Vokabel „ja“ liegt der Hinweis zur Präsupposition vor, dass die implizite Prämisse allgemein geteilt wird. Das Einverständnis mit dieser Prämisse schliesst den Leser in die Argumentation ein. Mit dem Aufgreifen des Begriffs „Sex“ wird ein Thema angesprochen, das in den Medien als Signalwort verstanden wird: „Sex sells“.²¹⁴ Sex ist eines dieser Worte, welches „zu einem zentralen Thema der philosophischen, literarischen, cineastischen, fotografischen und journalistischen Reflexion der vergangenen 30 Jahre aufgestiegen“²¹⁵ ist. Es dient zusammen mit der „originellen, witzigen, überraschenden, einzigartigen“²¹⁶ Analogie dem

²¹¹ Holocher (1996), S. 16.

²¹² Ebd., S. 180.

²¹³ Ebd., S. 77.

²¹⁴ Eine eindeutige Quelle war leider nicht auszumachen. Stellvertretend sei an dieser Stelle auf eine Internetseite des Radio Österreich verwiesen, in welcher „Sex sells“ als „Grundwahrheit der Werbebranche“ aufgefasst wird: http://www.kultur.orf.at/orfon/kultur/020114-6979/6979abs_story.html

²¹⁵ Wilczek in: Wirkendes Wort (Zeitschrift 2002), S. 138.

²¹⁶ Eicke zitiert nach Ewald in: Hoffmann / Keßler (1998), S. 324.

Zweck der „unterhaltende[n] Werbung“, ²¹⁷ wobei Werbung hier meint: für eine Haltung / Meinung werben.

Aus dem gleichen Fundus gespeist, jedoch im Tabugrad verstärkt, steht folgendes Beispiel ganz im Zeichen einer „Analrhetorik“. ²¹⁸

Helge Schneider und Rüdiger Hoffmann können sie auch imitieren (B), was ja jeder kann (A), aber es kann auch jeder (A) aufs Büffet kacken (C), und – macht das jemand? („Soloalbum“, S. 212.)

Hier wird mit einem Tabu kokettiert und eine Analogie angedeutet, die „keinerlei geschmackliche Skrupel aufzeigt“. ²¹⁹ Das emphatische Moment liegt in der Wortwahl, die auf jeden Fall „effektiv“ ²²⁰ ist, im Sinne von: Aufmerksamkeit erregend. Die Rhetorische Frage „und – macht das jemand?“ schliesst eine bejahende Antwort aus. Durch die Analogie zwischen „aufs Büffet kacken“ und „Schneider und Hoffmann imitieren“ wird letzterem ein absolutes Negativum zugesprochen, ein Verbot sozusagen. Ein „Imitieren“ dieser zwei Komiker wird vom „Ich“, als Vertreter seiner Geschmacksgruppe, für inakzeptabel befunden, da es schlichtweg zu einfach ist. „In“ sein und gleichzeitig diese beiden Komiker imitieren schliesst sich aus. Oder implizit: Jemand, der diese beiden Komiker imitieren würde, müsste damit rechnen, von der Gruppe ausgeschlossen zu werden. Beide dem Ausdruck „Ausschliessen“ immanente Bedeutungen werden hier aktualisiert:

a) nicht teilhaben lassen und

b) für unmöglich halten. ²²¹

Im Gesamten spricht Stöckl den Argumentationen mittels der Analogie „Prägnanz“ und „Effizienz“ ²²² zu, wobei unter Effizienz verstanden wird, „daß [

²¹⁷ Ebd.

²¹⁸ Wilczek in: „Wirkendes Wort“ (Zeitschrift 2002), S. 139.

²¹⁹ Feltes zitiert nach Wilczek in: „Wirkendes Wort“ (Zeitschrift 2002), S. 140.

²²⁰ Pohl in: Hoffmann / Keßler (1998), Im Gegensatz zu den formallogischen Überzeugungsstrategien dienen dem „Überreden auch rein zweckorientierte, ausschließlich auf Effektivität her legitimierte Mittel“.

²²¹ Duden, Universalwörterbuch (2001).

²²² Stöckl in: Keßler / Hoffmann (1998), S. 301.

...] ein vertretbarer, niedriger diskursiver Aufwand betrieben wird, um Relevanz für möglichst viele Rezipienten zu erzielen.“²²³

2.2.1.3. Gegensatzschemata

Die Schemata [der Gegensatzargumentation] spielen in allen Argumentationen eine entscheidende Rolle, in denen es um Widersprüche geht und sind [...] zu den wichtigsten Mustern der Alltagsargumentation zu zählen.²²⁴

Die Tatsache, dass diese Argumentationsart, trotz dieser Behauptung, eher selten in der Pop-Literatur anzutreffen ist, mag daran liegen, dass Kienpointner von einer dialogischen Situation ausgeht, oder zumindest von einer Kommunikationssituation, in welcher die Aussagen mindestens zweier Partner gegeneinander ausgespielt werden, während die untersuchten Texte zwar deutlich im Bereich der Literatur als Kommunikation anzusiedeln sind, jedoch hauptsächlich monologisch²²⁵ gestaltet sind. Aber auch in den vorhandenen Dialogen, (vor allem in „Relax“) werden selten Gegensatzargumentationen verwendet. Nichtsdestotrotz sei im Folgenden auf Beispiele verwiesen, da sie vor allem thematisch wichtige Aspekte exemplifizieren.

2.2.1.3.1. Konträr und kontradiktorisch

Die verwendeten Bezeichnungen von „konträr“ und „kontradiktorisch“²²⁶ folgen dem Werk „Einübung in die Literaturwissenschaft. Parodieren geht über studieren“ von Harald Fricke und Rüdiger Zymner²²⁷ und nicht, wie zu erwarten, dem Buch von Kienpointner, da erstere, im Gegensatz zu letzterem, dem „Konträren Gegenteil“ eine Möglichkeit der Bewertung einräumen, die für die untersuchten Texte von Bedeutung ist, nicht zuletzt um ein-, bzw. auszuschliessen.

²²³ Ebd., S. 307. Bei den Texten der Pop-Literatur muss berücksichtigt werden, dass mit „möglichst viele[n] Rezipienten“ vor allem, und daher eingeschränkt, nur möglichst viele Mitglieder der „In-Gruppe“ gemeint sind.

²²⁴ Kienpointner (1992), S. 308.

²²⁵ Gemeint ist hier, dass die Erzählstimme im Rahmen seiner ausschliessenden Wertungen und Urteilen selten eine andere Meinung zulässt, und somit dem Gegensatz bereits die Prämissen genommen werden.

²²⁶ Fricke, Harald / Zymner, Rüdiger: „Einübung in die Literaturwissenschaft: Parodieren geht über studieren“ (1996), S. 208-209.

²²⁷ Fricke / Zymner (1996).

Der eine hat's, der andere nicht [kontradiktorisch]. Will sagen: Der eine kann es sich's leisten, der andere nicht [kontradiktorisch]. Aber leider taugte das Handy nur eine kurze Zeit zur sozialen Differenzierung, schnell wurde es schichtenübergreifend zum obligatorischen Gebrauchsgegenstand. Wohin man kommt, sieht man nun Männer, die in S-Bahnen und Cafés sitzen, schnell ein paar Tasten drücken und ihre Mailbox abhören, ob nicht vielleicht doch wieder einmal jemand draufgesprachen hat. Das macht der Bauarbeiter wie der Telekom-Manager, der Fünfzehnjährige wie die Fünfzigjährige, und deshalb haben wir inzwischen beschlossen, daß es nichts mehr [konträr zu implizit: es bedeutet alles] bedeutet, ein Handy zu haben. („Generation Golf“, S. 147)

„Haben und Nicht-Haben“, bzw. „es sich leisten oder eben nicht leisten können“ sind die kontradiktorischen Gegenteile dieser Passage. Einmal mehr wird deutlich, welchen existentiellen Wert die Ware für die Generation Golf bezüglich der „sozialen Differenzierung“²²⁸ hat. Diese „Differenzierung“ ist nur solange möglich, bis der Ausschlusscharakter aufgegeben werden muss, nämlich dadurch, dass *jeder* das Objekt besitzt, dessen Besitz „kurze Zeit“ zuvor noch Abgrenzungs- bzw. Ausschlussselement bedeutet hat. In dem Moment, in dem das Objekt seine Statussymbolik einer sich von der Masse abgrenzenden Gruppe verliert, wird von eben dieser Gruppe „beschlossen, dass es nichts mehr bedeutet, ein Handy zu haben.“ Das „haben oder nicht haben“ des Anfangs ist das konträre Gegenteil von „haben oder nicht haben“ am Schluss der Passage: Am Anfang ist „haben“ nämlich „in“ und „nicht haben“ ist „out“. Am Schluss (wenn zu viele *es* haben) ist „haben“ aber „out“ und „nicht haben“ ist „in“.²²⁹

An dieser Stelle wird ein zentrales Element der Identitätsbildung der Charaktere²³⁰ der Pop-Literatur aufgrund von Ware,²³¹ und Abgrenzung von der Masse thematisiert, das beispielsweise in „Soloalbum“ aufgeführt wird:

[...] – gute Musik, aber eben doch von allen so gnadenlos gerngemocht, daß man wirklich dieses gymnasiale Abgrenzungsproblem aufkeimen spürt. („Soloalbum“, S. 211)²³²

In diesem Beispiel erfolgt ein Hinweis auf die finanzielle Lage der Charakter in den untersuchten Texten, nämlich, dass sie „Yuppies [sind], die sich um Geld keine Sorgen machen müssen und sich [...] nicht als Außenseiter oder Benachteiligter der Gesellschaft fühlen [müssen].“²³³

²²⁸ S.o.: „Alltagsästhetik“.

²²⁹ S.o.: „Snob-Effekt“ und „Happy Few.“

²³⁰ Im Folgenden werden die „Roman-Figuren“ mit „Charaktere“ bezeichnet. Dies geschieht, um eine allfällige Verwechslung zwischen (Roman)-Figuren und Rhetorischen Figuren vorzubeugen.

²³¹ Holocher (1996), S. 16.

²³² Es sei an dieser Stelle explizit auf die doch massiv durchschimmernde Selbstironie in dieser Aussage hingewiesen.

²³³ Thomas Ernst: „Popliteratur“ (2001), S. 84-85. Davon ausgenommen sind nach Ernst die Charaktere in Zaimoglus „Abschaum“: „Zaimoglu protokolliert die Erzählungen und Lebensrealitäten seiner Figuren, zeichnet sie dabei als einen lebendigen Kontrast zu den wohlstandsgelangweilten deutschen Autoren.“

Das Yuppietum ist zur Grundhaltung geworden. Die Mottos lauten: Es war schon immer etwas teurer, einen besonderen Geschmack zu haben. Beziehungsweise: Wir können es uns nicht leisten, billige Sachen zu kaufen. („Generation Golf“, S. 140)

2.2.1.4. Autoritätsschemata

Die Argumentation durch Bezugnahme auf Autoritäten spielt neben der Analogieargumentation eine besondere Rolle in den Texten der Pop-Literatur. Während durch Analogien „witzige, originelle, überraschende“²³⁴ Effekte hervorgerufen werden können, stützt die Autoritätsargumentation sich auf Aussagen und Haltungen von Autoritäten, um effektiv persuasiv zu sein.

Die Kraft des Arguments von Autoritäten und Zeugnissen leitet sich dabei nicht direkt von Sachfragen ab, sondern von Überlegungen über die Kompetenz und Integrität der Zeugen. ‚Wird eine Aussage von einer gewichtigen Autorität wie der Bibel abgesichert oder läßt sich diese mit einem großen Namen in Verbindung bringen, mag man darauf eine Reaktion der Menschen erwarten, die in Einklang steht mit der Bewunderung, die für diese Quelle aufgebracht wird.‘ [...] Die Qualität eines solchen Arguments richtet sich nach der Güte der Autorität.²³⁵

Diese ‚Güte‘ wird vom Ich-Erzähler nach seinem persönlichen Geschmack bestimmt, natürlich in der Hoffnung, aber auch Annahme, dass sie von den Lesern als gleichwertig beurteilt wird.

Ganz im Sinne einer Intertextualität oder eines „Recyclingverfahrens“²³⁶ werden Aussagen und Haltungen von Autoritäten als Ausgangslage der argumentativ-persuasiven Strategien eingesetzt. Auch „Filmtitel, bzw Titel populärer Fernsehsendungen, bekannte Buchtitel [können als] Quellen für intertextuelle Anleihen“²³⁷ herangezogen werden. Des weiteren wird Ware als solche argumentativ eingesetzt. Dies scheint vielleicht auf den ersten Blick weit hergeholt, erweist sich jedoch bei näherer Betrachtung durchaus als plausibel: Ware, Marken, Statussymbole sind *die* identitätsbildenden Faktoren für die Generation der Charaktere der Pop-Literatur.²³⁸ Was identitätsbildend ist, kann durchaus als Autorität gesehen werden, oder an einer Analogie erläutert: waren früher Autoren und ihre Werke, Politiker und Philosophen identitätsbildend, so sind es heute die Medien mit ihren herausragenden²³⁹ Mitarbeitern und

²³⁴ Ewald, in: Hoffmann, / Keßler (1998), S. 324.

²³⁵ Holocher (1996), S. 102.

²³⁶ Fiebig in: Behrens / Büsser / Ullmaier (2001), S. 239.

²³⁷ Stöckl in: Hoffmann / Keßler (1998), S. 296, Anmerkung 2.

²³⁸ Holocher (1996), S. 16.

²³⁹ Freilich von den Charakteren als solche bezeichnet.

Produkten. Letztere bezeichnet Kienpointner als „fiktive Autoritäten [...] welche nur des aufmerksamkeitsregenden Affekts wegen genützt [werden]“. ²⁴⁰ Hier wird der Ware als Autorität in einer Argumentation emphatisches Potenzial zugesprochen, und somit eine Erklärung und Legitimation dieser Art von Autoritätsbildung bei der emphatischen Pop-Literatur geliefert.

Während Brinkmann beispielsweise, als Vertreter der Pop-Literatur der siebziger Jahre, verstärkt politisch oder zumindest sozialkritisch engagiert war, wenden sich die Autoren der Pop-Literatur der 1990er Jahre von einer engagierten Gesinnung ab:

In den neunziger Jahren kippte der Begriff der Popliteratur. War er bislang das Programm einer Außenseiterszene, die sich auf die populäre Kultur bezog und daraus Versatzstücke für die eigene Identität ableitete, so ging nun der [engagierte] rebellische Gestus verloren. Popliteratur wurde zu einer Unterhaltungsdienstleistung innerhalb der Kulturindustrie [...]. ²⁴¹

Die Autoritäten der Vorgängergeneration können dementsprechend in Frage gestellt oder gar kategorisch abgelehnt werden (→Antiautorität). Um diesen zweiten Punkt berücksichtigen zu können, wird der Autoritätsargumentation nach Kienpointner eine Anti-Autoritätsargumentation hinzugefügt.

2.2.1.4.1. Antiautorität

Im politischen Bereich wird in den Texten der Pop-Literatur vor allem eine tendenziell grüne Gesinnung abgelehnt, war diese doch für die Vorgängergeneration, von welcher es sich abzugrenzen gilt, und deren politische Vertreter eines der Hauptanliegen. So wird beispielsweise Atomkraft für gut befunden und zwar „–vor allem auch, weil Jürgen Trittin (Antiautorität) so vehement dagegen ist“ („Generation Golf“, S. 169). Die Abneigung gegen die Grünen bringt das „Ich“ in „Faserland“ beispielsweise zum Ausdruck:

Daß man ja eigentlich doch die Grünen wählen müßte, oder man müsse ein Beispiel setzen und kein Auto mehr fahren, nach der ultra-dämlichen Devise Think globally, act locally, und so weiter. („Faserland“, S. 70)

Es besteht kein Zweifel daran, dass der Ich-Erzähler für sich eine grüne Gesinnung ausschliesst. Und auch „SPD-Gewäsch“ („Faserland“, S. 93) kommt dem Ich-Erzähler nur dann über die Lippen, wenn er „höllisch betrunken“

²⁴⁰ Kienpointner (1992), S. 401.

²⁴¹ Ernst (2001), S. 8.

(„Faserland“, S. 93) ist. Die politische Resignation wird dadurch begründet, dass „immer mehr Horrormeldungen“ dafür gesorgt haben „uns nicht mehr dafür zu interessieren“ („Generation Golf“, S. 169). Während die Vorgängergeneration für ihre Anliegen demonstrierte, und zwar „den lieben langen Tag lang“ („Generation Golf“, S. 163), entscheidet sich die Generation Golf für eine „Ablehnung der politischen Praxis der Generation vor uns“ („Generation Golf“, S. 181).

Schluß mit den Geschichten von 68, Schluß mit der Mißtrauenskultur, Schluß mit der Identität von Lebensgefühl und Politik, Schluß mit dem Muff von zwanzig alternativen Jahren²⁴². Einfach Schluß. („Generation Golf“, S. 181)

„Dagegen sein [als Haltung der Grünen] ist eine Form von Dabeisein“ („Generation Golf“, S. 163) sagte Niklas Luhmann und wurde damit zu einer der Referenz-Autoritäten der Generation Golf erkoren, gilt es doch für diese das „Dabeisein“ zu vermeiden, da es zu massenorientiert ist, was weiter oben bereits demonstriert worden ist.

2.2.1.4.2. Autorität

Die Leitfiguren der Vorgängergeneration, sowie deren Organe (z. B. der „Spiegel“ in: „Generation Golf“, S. 172) werden zwar auch durch politische Persönlichkeiten aus der Politik ersetzt (z. B. „Mathias Wagner“²⁴³ in: „Generation Golf“, S. 181) aber vor allem stammen die *neuen* Autoritäten aus der Medienbranche²⁴⁴. So werden Verona Feldbusch („Generation Golf“, S. 132), Stefan Raab („Generation Golf“, S. 163) und vor allem Harald Schmidt²⁴⁵ („Generation Golf“, S. 163, 175, 180) zu den Persönlichkeiten gezählt, deren Meinung²⁴⁶ von Bedeutung ist. Sich auf Martin Walser beziehend wird der „Dauerrepräsentation unserer Schande [bezüglich Nationalsozialismus des Zweiten Weltkrieges]“ („Generation Golf“, S. 175) die Schuld für den politischen Überdruß der Generation Golf gegeben. Diese wendet sich vom politischen Interesse ab, hin zu einer medial vermittelten Wirklichkeit. Aus Filmen (z. B.

²⁴² Anspielung auf das Transparent mit dem Text „Unter den Talaren – Muff aus tausend Jahren“, das am 9. November 1967 im Rahmen der Rektoratsübergabe an der Universität Hamburg von Studenten und dem AstA-Vorsitzenden Albers in der Öffentlichkeit enthüllt wurde. Mit diesem Slogan wollten die Studenten darauf aufmerksam machen, dass die Universitäten sich bislang vor der Aufarbeitung ihrer Rolle im Dritten Reich gedrückt hätten.

²⁴³ Politiker bei Bündnis90 / Die Grünen ohne nennenswerte Erfolge oder Vermächtnisse.

²⁴⁴ Vgl. Testimonial-Werbung.

²⁴⁵ Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass Benjamin von Stuckrad-Barre als „Gagschreiber“ für die Harald Schmidt-Show gearbeitet hat. (Ernst, 2001, S. 73)

²⁴⁶ Im Hinblick auf Verona Feldbusch kann man an dieser Stelle wohl vom Fall der doppelten Ironie ausgehen, im Sinne von: Feldbusch hat keine Meinung, oder eine derart unvertretbare Meinung, dass sie schon wieder „kult“ wird.

„Relax“, S. 67, „Soloalbum“, S. 63, 214 etc.), Fernsehserien (z. B. „Generation Golf“, S. 126-128), Fernsehsendungen (z. B. „Generation Golf“, S. 132) oder aus dem Kulturbetrieb (Schlingensiefel, „Generation Golf“, S. 176) und vor allem aus der Musikbranche („Soloalbum“, z. B. S. 243, 245 etc.) werden Persönlichkeiten zitiert und deren Aussagen und Haltung als argumentativ verwendet.

Autoritäten können auch aus den eigenen Reihen stammen, „sich im eigenen Hause bedienen“.²⁴⁷ So bezieht sich der Ich-Erzähler in „Generation Golf“ sowohl auf Christian Kracht wie auch auf Benjamin von Stuckrad-Barre und bezieht aus deren Haltungen die Legitimation dafür, beispielsweise eine Putzfrau zu haben, was bis zu diesem Zeitpunkt vom „Ich“ als nicht angemessen (Ausschliessen) angesehen worden ist:

Dankbar war man auch, als Kracht und Stuckrad-Barre als erste der Generationsgenossen zugaben, eine Putzfrau zu haben. Da ging ein Ruck²⁴⁸ durchs junge Deutschland. Ich wollte ja auch immer, hatte mich nur nie getraut, weil ich dachte, das macht man nicht. („Generation Golf“, S. 156)

Die ursprüngliche Haltung, welche durch die Prämisse begründet ist, dass es von der Mehrheit („a maiore“) nicht akzeptiert sei, wird durch das Stützen auf die Haltung von zwei als Autoritäten angenommenen Persönlichkeiten aufgegeben. Hier wird deutlich, was Pütz mit der „Doppelperspektive des [indirekten²⁴⁹] Zitierens“ meint:

Es dient einerseits der [neuen] Bestätigung der zitierten Autorität und bekräftigt andererseits den Zitierenden in seinem eigenen Willen zur Selbstbehauptung.²⁵⁰

Auch können, wie weiter oben erwähnt, Meinungen und Haltungen aus der Werbung sowie deren Produkte („Fiktive Autorität“²⁵¹) für oder gegen eine Sache eingesetzt werden.

²⁴⁷ Pütz, in: Fohrmann, Jürgen / Kasten Ingrid / Neuland, Eva: „Autorität der / in Sprache, Literatur, Neuen Medien: Vorträge der Bonner Germanistentags 1997“, Bd. 1 und 2, (1999), hier Bd. 2, S. 698.

²⁴⁸ Anspielung auf die berühmte Aussage des ehemaligen Bundespräsidenten Roman Herzog (Es muss ein Ruck durch Deutschland gehen!) vor seinen Politiker-Kollegen im Hotel Adlon 1997. Nicht zu vergessen natürlich, dass das Popliterarische Quartett „Tristesse Royale“ ebenfalls im besagten Hotel Adlon „getagt“ hat. Daraus lässt sich, wenn auch selbstironisch, die selbst beigemessene Wichtigkeit der eigenen Personen doch ziemlich deutlich ableiten.

²⁴⁹ Mit „indirekt“ ist an dieser Stelle gemeint, dass nicht eine Aussage zitiert, sondern die Interpretation des Verhaltens einer Autorität argumentativ verwendet wird. Vgl. Kopperschmidt, S. 396: „Ein weiterer wichtiger Spezialfall liegt vor, wenn die Ansicht der Autorität nicht wörtlich zitiert, sondern interpretiert [...] wird.“

²⁵⁰ Peter Pütz in: Fohrmann / Kasten / Neuland (1999), Bd. 2, S. 695.

²⁵¹ Kienpointner (1992), S. 401.

Seit uns hinten auf dem Nutella-Glas immer gesagt wurde, wie gesund Nutella sei, glauben wir solchen Bekanntmachungen. („Generation Golf“, S. 157)

Die Produkte haben den Stellenwert der Religion eingenommen, da ihnen Glauben („glauben wir“) bestimmende Funktion zugesprochen wird, während die Religion durch den Übermass an Geschichtsvermittlung in den Hintergrund getreten ist:

Das Wissen um die Grauen des Nationalsozialismus sind mit solchem Nachdruck in das Hirn eines jeden Mitgliedes der Generation Golf implantiert worden, daß wir bis heute eher die acht Gründe aufzählen können, die zum Ende der Weimarer Republik führten, als die Zehn Gebote. („Generation Golf“, S. 175)

Implizit wird durch diese Aussage die Schuld an der Abwendung von Politik²⁵² und traditioneller Religion den Vorgängergenerationen gegeben, was in der medizinischen Metapher des „Implantierens“ zum Ausdruck gebracht wird: Ein Fremdkörper wird eingeführt.

Zusammenfassend kann festgehalten werden: Autoritäten der Vorgängergenerationen werden eingetauscht und ersetzt durch neue.

Das Gewicht der Autorität beruht in der Regel entweder auf ihrer Spezialkenntnis in einem bestimmten Gebiet [...] oder auf ihrer Befugnis im Rahmen politischer oder religiöser²⁵³ Institutionen.²⁵⁴

Dieser Rahmen ist für die Generation Golf die Medienwelt. Die Medien haben das Orientierungspotenzial der Politik und Religion für die Generation Golf eingeholt und somit stammen die Quellen der Autoritätsargumentation aus den Reihen der Unterhaltungsindustrie und ihren Organen und Produkten.

So nimmt vor allem der öffentliche Diskurs der Presse, aber auch des Fernsehens, der in vielleicht viel stärkerem Maße zur öffentlichen Meinungsbildung bzw. Entstehung von Gruppenideologien und sozialer Kohäsivität beiträgt als die Werbung, sattsam Anleihen bei den ‚Kreativen‘.²⁵⁵

²⁵² ‚Politisches Interesse‘ beschränkt sich in der Pop-Literatur darauf, die Politiker auf ihre Medialität hin zu überprüfen, ganz nach der alltagsästhetischen Frage nach der ästhetischen Tauglichkeit einer Person, die über „in“ und „out“ - Bewertungen entscheidet.

²⁵³ Sowie öffentliche Medien.

²⁵⁴ Kienpointner (1992), S. 394.

²⁵⁵ Stöckl in: Hoffmann / Keßler (1998), S. 296.

2.2.2. Fazit

Bei den Schlussregeln benutzenden Argumentationsschemata werden oft Meinungen der „Sprecher-Funktion“ als Prämissen präsupponiert. Diese Meinungen werden als gruppenspezifische Wahrheiten dargelegt:

Hier werden Meinungen für Wahrheiten ausgegeben [...] Man erkennt auch gleich das Diskriminierungspotenzial für diejenigen, denen diese Selbstevidenz nicht einleuchtet.²⁵⁶

Dieses „Diskriminierungspotenzial“ beschreibt in einer negativ bewerteten Art und Weise das, was Baßler als „Paradigmatisierung“²⁵⁷ eines Geschmacks oder einer Haltung der Generation Golf bezeichnet. Diese Meinungen werden nicht nur als Wahrheiten ausgegeben, sondern implizieren oft gleichzeitig eine dem Ein- und Ausschliessen dienende Wertung.

In Meinungen drücken wir unsere wertende Beziehung zu anderen Subjekten, zu Objekten und zur Welt aus und mit Hilfe von Meinungen stellen wir diese Beziehungen auf Dauer, was aber keineswegs deren blitzschnellen Wechsel ausschließt. Diese wertende Beziehung ist es also, die den Kern des Meinens ausmacht.²⁵⁸

Bewertungen sind jedoch nicht nur in den Schlussregeln benützenden Argumentationsarten zu finden, sie sind insgesamt die Motoren der Polarisierung zwischen Ein- und Ausschliessen, welche sich wiederum darauf bezieht, was als „in“ bzw. „out“ definiert wird.

Ob mittels vermeintlicher Autorität für, oder durch Antiautorität gegen ein Objekt oder gegen eine Haltung plädiert wird, ob mittels Analogie und Vergleich veranschaulicht wird, was „in“ und was „out“ ist, stets werden radikale „Meinungen für Wahrheiten ausgegeben und dazu, als ob es noch nicht reichte, werden diese für selbst-einsichtig ausgegeben.“²⁵⁹ Meinungen und Haltungen werden bewertend vertreten oder negiert, meist durch eine unmissverständliche Wortwahl. „In“ und „out“ dient der Positionierung des „Ich“ innerhalb der angestrebten „Wir-Gruppe“²⁶⁰ und somit der Identitätsbildung, welche sich nach Zugehörigkeit definiert.

²⁵⁶ Ballweg in: Schirren / Ueding (2000), S. 577.

²⁵⁷ Baßler (2002), S. 102.

²⁵⁸ Ballweg in: Schirren / Ueding (2000), S. 574.

²⁵⁹ Ebd., S. 577. Ballweg spricht in diesem Zusammenhang von „Dogmatisierung“. So weit möchte ich nicht gehen, und beziehe mich deshalb auf Baßler, der das Verfahren eher im Dienste der „Paradigmatisierung“ stellt. Tatsache bleibt, dass Meinungen und Haltungen für unanfechtbare (ausschliessen) Wahrheiten ausgegeben werden.

²⁶⁰ Holocher (1996), S. 106.

Vertrautmachung, Benennung, Ordnung und Orientierungsmöglichkeit sind die ersten rhetorischen Schritte im Entwerfen und gleichzeitigen Aneignen der als menschliche Wirklichkeit erlebten Sprachwelt. Weitere Schritte folgen in der Relationierung und Positionierung der Beteiligten, in der Kreation von Meinungen, die als handlungsverbindlich, man könnte auch sagen normativ erlebt werden und das Sprachmaterial liefern für Identität und Motivation, für Hierarchisierungen und Legitimation, für Selektion und Koordination, für Relevanz und Irrelevanz ... usw.²⁶¹

2.3. Rhetorische Figuren

Die „Elocutio“ ist die Theorie des rednerischen Ausdrucks. Sie ist eine „ars bene dicendi“,²⁶² wobei unter ‚bene‘: „latinitas“²⁶³ (syntaktische und idiomatische Korrektheit), „perspicuitas“ (treffende Wort- und Ausdruckwahl) und „ornatus“ (Schönheit des Ausdrucks) verstanden werden. Die „Latinitas“ als solche kann für eine Analyse der Pop-Literatur nicht angemessen sein, da syntaktische und idiomatische Korrektheit keinesfalls als Ziel der Schreibweise aufzufassen ist, da das „Aptum“ (Angemessenheit) der Sprache an Gegenstand und Leser meist eben gerade durch das Durchbrechen der Korrektheit gewährleistet wird. Das „Aptum“ liegt in diesem Sinne gerade in den Barbarismen (inkorrekte Einzelwörter) und „Soloecismen“ (inkorrekte Wortverbindungen).²⁶⁴ Die „Perspicuitas“ kann als solche übernommen werden, während beim „Ornatus“ hinzugefügt werden muss, dass ‚Schönheit‘ als gruppenspezifischer Ausdruck des Geschmacks verstanden werden muss, und keinesfalls als moralische, grammatische oder sonstig allgemein normierte Grösse. Zentrale Mittel der „Elocutio“ sind die rhetorischen Figuren.

2.3.1. Abweichungsmodell

Die rhetorischen Figuren bilden [...] ein System von Änderungs- bzw. Abweichungskategorien, welches in differenzierter Weise unterschiedliche Abstufungen

²⁶¹ Ballweg in: Schirren /Ueding (2000), S. 575-576. Es muss berücksichtigt werden, dass Ballweg diese Aussagen im Zusammenhang mit „Dogmatisierung“ stellt. Das Festhalten an „unkritischen Gesinnungen“ (= Dogma; nach Duden, Universalwörterbuch) kommt der Haltung der Ich-Erzähler in der Aktuellen Pop-Literatur nahe, werden doch Behauptungen aufgestellt ohne zu hinterfragen und ohne grosse Einräumungsmöglichkeiten, von den abschwächenden und einschränkenden Momenten abgesehen. Das Hauptelement der Trias bleibt das Ausschiessen, sei es im Sinne von a) für unmöglich halten oder b) nicht einbeziehen.

²⁶² Gert Ueding: „Einführung in die Rhetorik: Geschichte, Technik, Methode“ (1976), S. 224-225.

²⁶³ Ebd. für folgende Begriffe.

²⁶⁴ Ebd., S. 235.

von sprachlicher Artifizialität und der durch sie evozierten ästhetischen und emotionalen Wirkungen beschreibt. [...] Sie [sind] nicht purer Selbstzweck, sondern funktional gebunden an eine dekorative oder affektische Wirkung.²⁶⁵

In dieser „affektischen“ Wirkung liegt ein emphatisches Moment der rhetorischen Figuren. Diese werden nach dem Abweichungsmodell²⁶⁶ entsprechend ihrer Art der Abweichung kategorisiert. Dabei sei an dieser Stelle auf das poetische Moment der Abweichung verwiesen, auf das im Zusammenhang mit der Alltagsästhetik und der Fiktionalität der Texte noch eingehender eingegangen wird. Nur soviel vorweg: Um von einer Abweichung sprechen zu können, muss stets ein „Normales“ als objektive Konstante feststehen. Im Falle der Pop-Literatur wiederum wird die verwendete Sprache von den Insidern als „normal“ bezeichnet, da sie eine gemeinsame „Wirklichkeitssicht“²⁶⁷ darstellt und zwar im Sinne eines entsprechenden Code-Komplexes.²⁶⁸ Für alle anderen, also für die „Outsider“ wiederum stellt die verwendete Sprache bereits ein „Deviation“ dar, und sorgt somit bereits auf der poetologischen Ebene für diskrepante Lese-Voraussetzungen.

In diesem Sinn ist Abweichung als normative Grösse, oder besser gesagt Funktion, zu betrachten, die von der (zu vermeidenden) Allgemeinheit (breite Masse) festgelegt wird und von der es sich im Rahmen der „Differenzierung“²⁶⁹ zu distanzieren gilt.

Es wird in der folgenden Analyse unterschieden zwischen phonologischer, morphologischer, semantischer und syntaktischer Abweichung, wobei jeder dieser vier Kategorien die Abweichungsart der Addition, Subtraktion, Substitution und Permutation²⁷⁰ untergeordnet werden kann. Es werden im Folgenden, die Antonomasie, Komposita, Metapher, Hyperbel und Ironie, Antithese, Rhetorische Frage sowie die Anspielung behandelt, da diese Figuren die grösste Präsenz in den Texten der Pop-Literatur aufweisen. Auf eine Analyse der übrigen, weniger repräsentativen, Figuren muss im Rahmen dieser Arbeit verzichtet werden.

2.3.1.1. Phonologische Figuren

Phonologische Figuren kommen vor allem in „Relax“ und „Abschaum“ in den dialogischen Passagen vor. Diese Figuren dienen nicht der Trias, sondern haben

²⁶⁵ Plett (1979), S. 29.

²⁶⁶ Ebd., S. 147-300.

²⁶⁷ Vgl. Johannes Andereg in: Heinrich / Iser: „Funktionen des Fiktiven“ (1983): „Das Fiktionale und das Ästhetische“, S. 153-172.

²⁶⁸ S.u.: Alltagsästhetik, Popliteratur als (ästhetische) Kommunikation.

²⁶⁹ S.u.: „Alltagsästhetik“, „Lebenswelt“ und „Lebensstil“ ff.

²⁷⁰ Plett in: Kopperschmidt (1990), S. 131.

einen rein emphatischen Charakter, im Dienste einer authentischen Redeweise. Diese wiederum ist relevant, um Glaubwürdigkeit zu demonstrieren, welche wiederum als einer der Grundlagen des argumentativ-persuasiven Vorgangs anzusehen ist. Am Häufigsten sind es „Apokopen“ und „Synkopen“.²⁷¹ Als „Apokopen“ kommt insbesondere die Form „is“ von „ist“ vor. Aber auch Indefinitpronomina werden verkürzt: „n“ für „ein“, besonders in „Relax“ und „Abschaum“, welche auch das „nich“ für „nicht“ und „ma“ für „mal“ verwenden. Während sich in „Abschaum“ diese Schreibweisen durch den ganzen Text ziehen, werden in „Relax“ die „Apokopen“ lediglich in den dialogischen Passagen verwendet.

„Synkopen“ kommen sporadisch auch in „Faserland“, „Soloalbum“ und „Generation Golf“ vor. Sie können als Kontraktionen zwischen Verb und unpersönlichem „es“ („stands“, „gibt’s“, „wars“ etc.), zwischen Präposition und Artikel („nachm“, „aufm“, „mitm“, innen etc.), zwischen Partikel und Pronomen („son“, „wien“ etc.) und zwischen Pronomen und unpersönlichem „es“ („ich’s“, „dus“, „er’s“ etc.) stehen. Während, wie gesagt, in „Relax“ und „Abschaum“ steter Gebrauch dieser der Subtraktion dienenden phonologischen Figuren gemacht wird, kommen sie in den übrigen Texten gar nicht oder nur kolateral vor, und in „Soloalbum“ liefert das „Ich“ an einem Beispiel die Erklärung und Begründung dafür, warum dies für sich nicht der Fall ist: „– Wat willstest? ruft da der total volksnahe Willy.“²⁷² („Soloalbum“, S. 145). Die ironisch zitierte „total volksnahe“ Redeweise scheint kein erstrebenswertes Ziel zu sein, wird abgelehnt, was sich, wie gesagt, in der Redeweise der In-Ich-Erzähler deutlich abbildet, während „Out-Charaktere“ eher dazu tendieren, davon Gebrauch zu machen.

Eine Erklärung dafür, dass die „Metathesis“²⁷³, als phonologische Figur der Permutation, nicht in den Texten der Pop-Literatur vorkommt, liefert das „Ich“ in „Generation Golf“, da es diese rhetorische Figur der Vorgängergeneration zuordnet, und sie somit, aus Gründen der Abgrenzung, wie weiter oben bereits dargelegt, für die Mitglieder der Generation Golf nicht in Frage kommt.

Man könnte auch sagen, dies war das Jahrzehnt [achtziger Jahre], als man noch ‚Stück ma’n Rück‘ und ‚zum Bleistift‘ sagte [...]. („Generation Golf“, S. 38)

²⁷¹ Ebd., S. 152-153.

²⁷² In der Transkription des Berliner Dialektes.

²⁷³ Plett (1979), S. 154.

2.3.1.2. Metonymische Wortverbindungen

2.3.1.2.1. Synekdoche

Als „partikularisierende“ Arten der „Synekdoche“²⁷⁴ können jene Ausdrücke angesehen werden, welche eine Person auf eine Eigenschaft und Tätigkeit reduzieren. Dieser Figur liegt eine „Teil-Ganzes-Beziehung“²⁷⁵ zugrunde und sie wird, im Vergleich zur kaum verwendeten „generalisierenden Synekdoche“,²⁷⁶ in grosser Häufigkeit in den Texten der Pop-Literatur eingesetzt. Obwohl die Synekdoche in ihrem Wesen keine Bewertung notwendigerweise impliziert, ist den meisten Figuren dieser Art in den untersuchten Texten eine Abwertung immanent, die von der Verachtung gegenüber den beschriebenen Charaktere herrührt. Dies liegt in der Funktionsart dieser Figur begründet, die durch ihr Reduktionsverfahren bereits das negative Potenzial zur *Degradierung* von Menschen geradezu impliziert.²⁷⁷ So wird beispielsweise der voyeuristische Nachbar in „Relax“ als „Fernglas-Ficker“ bezeichnet. („Relax“, S. 238)

In „Generation Golf“ wird diese rhetorische Figur meist dazu benutzt, Menschen auf das Tragen oder Besitzen gewisser „Out-Ware“ zu reduzieren: z. B. „Bree-Trägerinnen“ („Generation Golf“, S. 14), „Latzhosensträger“ („Generation Golf“, S. 179), und diese somit aus der „Wir-Gruppe“ auszuschliessen. In gleicher Weise verfährt der Ich-Erzähler in „Soloalbum“, wenn er über den „Fotosammler“ („Soloalbum“, S. 36), den „Mützen-Idioten“ („Soloalbum“, S. 104), die „Lederleute“ („Soloalbum“, S. 143) und „Jeansdeppen“ („Soloalbum“, S. 190) verächtlich herzieht. In Verbindung mit der Metapher „Tante“, als negative Darstellung einer Frau, äussert sich das „Ich“ in „Soloalbum“ negativ wertend über die „Schreibtante“ („Soloalbum“, S. 108) und „Kontrolltante“ („Soloalbum“, S. 94) etc.

Die Antithese zwischen „Indiestadtgeher“ („Soloalbum“, S. 98), die als Mitglieder der „In-Gruppe“ gelten, und „Indiestadtfahrer“ („Soloalbum“, S. 98), als Mitglieder der „Out-Gruppe“, zieht eine klare Zugehörigkeitsgrenze. Die Botschaft lautet: ‚In der Stadt aufwachsen‘ ist „in“ versus ‚am Stadtrand oder gar noch weiter weg aufwachsen‘ ist „out“. Als „out“ werden ebenfalls beispielsweise „Zigarettenselfsttreher“ und „Liegenfahrradfahrer“ („Generation Golf“, S. 138, 164) empfunden, die im Zusammenhang mit den „Grünen“ gebracht werden, und,

²⁷⁴ Fricke / Zymner (1996), S. 53.

²⁷⁵ Birus, Hendrik in: „RLW“, Bd. II, S. 588.

²⁷⁶ Fricke / Zymner (1996), S. 53.

wie weiter oben bereits dargelegt, somit kein erstrebenswertes Verhalten an den Tag legen. Insgesamt dient die partikularisierende Synekdoche in den Texten der Pop-Literatur dazu, eine Person, wie gesagt, auf eine als negativ bewertete Eigenschaft oder Handlung zu reduzieren und die Charaktere somit negativ zu stereotypisieren. Andere Aspekte der Persönlichkeit werden von der Betrachtung ausgeschlossen. In diesem Sinn impliziert die Synekdoche eine für den Stil der untersuchten Texte typische Radikalität. Diese steht im Dienste einer Vereinfachung der als zu komplex empfundenen Welt. Dieses Verfahren der „Ersetzung von individualisierten Protagonisten durch soziale Typen“²⁷⁸ ist aus dem „Spanischen Costumbrismo“ bekannt und widerspiegelt besonders wie bei jenem die Suche nach „Orientierungshilfe“.²⁷⁹ Liegt die dem Costumbrismo zugrunde liegende Problematik in der „Gleichzeitigkeit ungleichzeitiger sozialer Institutionen“ und der Frage „welche neuen und alten Institutionen der Gegenwart gemäß seien“, ²⁸⁰ so ergibt sich die Suche nach Orientierung bei den Autoren der Generation Golf aus dem Credo des „Anything goes“.²⁸¹ Beiden Problemen liegt eine „Zeitbeschleunigung“²⁸² zugrunde. Dass eine solche in sehr unterschiedlichen Epochen zu gleichen Auswirkungen führt, spricht für die Tiefe ihrer Problematik.

2.3.1.2.2. Komposita

Auch wenn die Komposita an sich keine rhetorische Figur darstellen, werden sie, an Heinrich von Plett²⁸³ anlehnend, an dieser Stelle als morphologische Figuren der Addition aufgeführt. Die Komposita haben Hochkonjunktur in der Gegenwartssprache, was Journalisten wie z. B. Ernst Elitz²⁸⁴ auf den Einfluss der Mediensprache zurückführen, in welcher „Wortungetüme“²⁸⁵ das fehlende Informations- bzw. Unterhaltungspotenzial aufwerten sollen. Peter Braun spricht vielen Komposita zu, eine „Aussage prägnanter und anschaulicher zur Geltung [...] zu bringen“²⁸⁶ als „umständliche Wortgruppen“.

²⁷⁸ Hans Ulrich Gumbrecht macht in seinem Beitrag „Lebenswelt als Fiktion / Sprachspiele als Antifiktion“ in: Heinrich / Iser: „Funktionen des Fiktiven“ (1983), S. 239-275, hier S. 252.

²⁷⁹ Gumbrecht, in: Heinrich / Iser (1983), S. 252.

²⁸⁰ Ebd.

²⁸¹ S. u.: „Autorschaft“.

²⁸² Hans Ulrich Gumbrecht in: Heinrich / Iser (1983), S. 252.

²⁸³ Plett (1977), S. 194: „Die morphologische Erweiterung erfolgt auf mehreren Wegen, die alle eine Bereicherung des poetischen Vokabulars bewirken können. Dazu gehören etwa die Bildung ungewöhnlicher Komposita.“

²⁸⁴ Ernst Elitz: „Sprache in den Medien – die Wortverdrehen GmbH –“, in: Karin M. Eichhoff-Cyrus und Rudolf Hoberg (Hg.): „Duden: Die deutsche Sprache zur Jahrhundertwende“ (2000).

²⁸⁵ Elitz in: Eichhoff-Cyrus / Hoberg (2000), S. 143.

²⁸⁶ Peter Braun: „Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache“ (1979), S. 90.

Die folgende Darstellung berücksichtigt nicht nur die „einfachen Komposita“, nach den Schemata von Braun,²⁸⁷ sondern vor allem auch jene „Wortungetüme“, welche durch ihre assoziativen Komposita-Elemente ganze Realitäts-Konzepte aktualisieren und bilden können. Gontscharowa bezeichnet diese entstandenen Konzepte als „Mikrotexte“.²⁸⁸ Diese „Mikrotexte“ unterliegen Bewertungen, welche explizit durch die Wortwahl formuliert, oder implizit durch den Kontext determiniert sein können. Auch sorgt das assoziative Element, zumindest für die Gleichgesinnten, für die Bewertungen im Sinne der Ich-Erzähler. Die Einschränkung, dass nur Eingeweihte die Assoziationen *richtig* verstehen, liegt im mehrdeutigen Potenzial der Assoziationen. Mehrdeutigkeit wiederum ist eines der Mittel, welche in der Werbung zur „Wirkungssteigerung“²⁸⁹ eingesetzt wird, mit dem Ziele der Unterhaltung.

Aus dem Bereich der Werbung werden in „Generation Golf“ thematisch so manche Komposita gebildet. Ob das „Rundum-sorglos-Paket“ („Generation Golf“, S. 9), „die Adidas-Allround-Schuhe“ („Generation Golf“, S. 15), die „United-Colors-of-Benetton-Völkerfreundschaft“ („Generation Golf“, S. 34) oder die „Drei-Wetter-Taft-Frau“ („Generation Golf“, S. 172), all diesen Beispielen ist gemeinsam, dass sie einen Hintergrund aktivieren, der aus der Werbung als bekannt vorausgesetzt wird. So wird das Kompositum „Drei-Wetter-Taft-Frau“ als Realitätskonzept verstanden, das eine erfolgreiche, emanzipierte Frau darstellt, die Familie und Karriere unter einen Hut zu bringen vermag. In ähnlicher Weise wird beim negativ bewerteten Kompositum „Jürgen-von-der-Lippe-Hemd“ („Generation Golf“, S. 25) vorausgesetzt, dass sowohl Name wie auch entsprechender, als „out“ bewerteter Bekleidungsstil bekannt sind. Fehlt dieser Hintergrund, funktioniert das Konzept nicht. Die negativen Bewertungen erfolgen durch den Kontext

An mehreren Stellen ist die Abneigung der Generation Golf gegen Grüne und SPD zum Ausdruck gekommen. Auch Komposita werden dazu verwendet, den Unmut gegen diese politische Gesinnung zu äussern.

Aber das [dass die Welt unfassbar verkommen ist] würde der Taxifahrer nicht verstehen, weil er sonst ja auch ein Kiton-Jacket [„in“] tragen würde, sich die Haare anständig schneiden und kämmen [„in“] und seinen Regenbogen-Friedens-Nichtraucher-Ökologen-Sticker [„out“] von seinem Armaturenbrett reißen würde. („Faserland“, S. 26)

Alle Elemente des Kompositums implizieren subjektive Assoziationen, welche jedoch durch die Polarisierung zwischen „in“ und „out“ eine deutliche

²⁸⁷ Ebd., S. 93.

²⁸⁸ Gontscharowa in: Hoffmann / Keßler (1998), S. 320.

²⁸⁹ Ewald, in: Hoffmann / Keßler (1998), S. 323-350.

intersubjektive Bewertung anvisieren. In der Vokabel „ja“ wird deutlich, dass der Ich-Erzähler die Bewertung für „logisch“, im Sinne von: allgemein anerkannt, nachvollziehbar,²⁹⁰ hält.

Ein weiteres Konzept, dem die Komposita dienen, ist jenes der Abgrenzung der Generation Golf zu anderen Generationen. So wird die Generation Golf als „erste wirkliche Scheidungskindergeneration“ („Generation Golf“, S. 168) angesehen, wobei in der Vokabel „wirkliche“ das abgrenzende (Ausschliessen) Element liegt. Generationen können auch aufgrund der Namengebung unterschieden werden: „Fünfziger-Jahre-Vornamen“ („Generation Golf“, S. 178), was auch immer darunter verstanden wird, sind für die Generation Golf „nicht mehr anwendbar“. („Generation Golf“, S. 178). Einmal mehr wird auf die sozial-politische Gesinnung der Vorgängergeneration hingewiesen, wenn vom „anthroposophisch-esoterisch-friedensbewegten Kiefernholztraum“ („Generation Golf“, S. 113) der achtziger Jahre die Rede ist, wobei im Kompositum-Teil des „Kiefernholztraums“ eine klar verächtliche Implikation herauszuhören ist, die bestärkt wird durch das Verb „muss“ am Anfang der Passage.

Komposita können auch der Redewiedergabe dienen, wie dies in „Soloalbum“ der Fall ist. Ob das Kompositum „Kaffeeeeeheischewüstchincollakuchn“ („Soloalbum“, S. 141), das den „brabbelnden Bulgaren“ in seiner fremdsprachlich bedingten defizitären Art nachäfft, oder „guckmaleineran!“ („Soloalbum“, S. 233), als „bekannte Fragmente des privaten Diskurses“²⁹¹ der „Pensionäre“, die ihre Enkel langweilen, diese Komposita dienen der parodistischen Darstellung von Redeweisen, welche von der Generation Golf als „out“ empfunden werden.

Eine weitere Art von Komposita, welche durch Bewertungen zur Polarisierung zwischen „in“ und „out“ beiträgt, ist jene der mit dem Präfix *Ge-* gebildeten Komposita. Lutz Mackensen spricht dieser Vorsilbe zu, „Mißmut ziemlich eindeutig zu machen“.²⁹² Sie wird dazu verwendet etwas „abschätzig“²⁹³ zu bewerten. In „Faserland“ bezeichnet der Ich-Erzähler die Aussage „Glück haben, in einem demokratischen Deutschland zu leben, wo keiner an irgendeine Front muß“ als „SPD-Gewäsch“ („Faserland“, S. 93). „Waschen ist eine alte, so derbe wie unziemliche Metapher für *reden*, etwa gleichbedeutend mit *quasseln*“²⁹⁴ und impliziert somit eine klar negativ bewertete Botschaft. Als „Gequatsche“ bezeichnet beispielsweise auch der Ich-Erzähler in „Relax“ die

²⁹⁰ S.o.: zur Unterscheidung zwischen formal-logischer und persuasiv-alltäglichen Argumentation.

²⁹¹ Stöckl in: Hoffmann / Keßler (1998), S. 306.

²⁹² Lutz Mackensen: „Verführung durch Sprache: Manipulation als Versuchung“ (1973), S. 230.

²⁹³ Ebd.

²⁹⁴ Ebd.

Rede des Taxifahrers, und fügt nach Mackensen mit dem Suffix des „-e depravans“²⁹⁵ am Wortende ein zusätzliches, verstärkendes Negativ-Signal hinzu.

Ein angehängtes -e macht aus dem tadelvollen *Gewäsch* das entwürdigende *Gewäsche*, ein Gerede, das sinnlos und miserabel zugleich ist. Dieses -e *depravans* (entstellendes -e), wie ich es nennen möchte, baut unserer Tadelsucht eine unterste Stufe. [...] Es fügt dem Rüffel den Schimpf zu.²⁹⁶

Allgemein wird dem Misstrauen über Gespräche oder Äußerungen von negativ bewerteten Charaktere mehrfach durch diese Art der Komposita Ausdruck verliehen. Das geht von „Geseier“ („Soloalbum“, S. 96) in einem Beziehungsdialog über „Rumgenerve“ („Relax“, S. 40) eines Taxifahrers bis zum „Gefluhe“ („Soloalbum“, S. 119) der „langweiligen“ Sexismus-Diskussion. Oft werden den abschätzigen Komposita zusätzliche negativ bewertete Adjektive hinzugefügt. Das Feiern einer geschlossenen Gesellschaft wird als „inzestuöses Gefeiern“ („Soloalbum“, S. 242) bezeichnet. Wohl nicht zuletzt basiert der Misstrauen des Ich-Erzählers an dieser Stelle auf der Tatsache, dass er von dieser geschlossenen Gesellschaft für einmal selber ausgeschlossen ist.

Nicht selten wird vor allem in „Soloalbum“ ein für unangebracht gehaltener Musikgeschmack mit entsprechender Vorsilbe als miserabel bewertet, z. B.: „Altbackenes Skagerock“ („Soloalbum“, S. 162) oder auch das „irrelevante Zeltplatzgelärme“ („Soloalbum“, S. 93), das als Ausdruck für die „saudoofe Crossovermusik“ verwendet wird. Mit Hilfe dieser wertenden Vorsilbe wird wiederum ein- bzw. ausgeschlossen (in die Geschmacksgemeinschaft) oder etwas ausgeschlossen, für gut befunden zu werden.

2.3.1.3. Syntaktische Figuren

2.3.1.3.1. Rhetorische Frage

Heinrich von Plett bezeichnet die Rhetorische Frage als „Appellfigur“.²⁹⁷ Er ordnet sie nicht explizit einer der Abweichungsarten zu. Für die vorliegende Arbeit jedoch wird die Rhetorische Frage als Figur der Addition innerhalb der syntaktischen Abweichungsform definiert. Die Rhetorische Frage nämlich schließt eine andere als erwartete Antwort aus, da „die ‚Antwort‘ auf die Schein-

²⁹⁵ Ebd.

²⁹⁶ Ebd., Ähnlich verhält sich z. B. „Gequatsche“.

²⁹⁷ Plett (1979), S. 141.

Frage [...] (a) durch verbale Signale oder (b) durch den Kontext vorweggenommen [ist]“.²⁹⁸

Und in dieser impliziten Antwort liegt die additive Komponente: einer expliziten Frage wird eine implizite Antwort hinzugefügt (Addition), und zwar auf der Ebene der Syntax, eben durch den Frage-Antwort-Charakter, der auf syntaktischer Ebene zwischen zwei strukturell autonomen Satzelementen stattfindet.

Die Rhetorische Frage impliziert aber auch eine emphatische Komponente, nämlich „[des Publikums] Aufmerksamkeit zu erregen und bewahren“.²⁹⁹

Mühe und Geld hat es mich gekostet, vielviel – doch wer will nachrechnen, wenn Liebe im Spiel ist? („Soloalbum“, S. 81)

Niemand soll nachrechnen, wenn Liebe im Spiel ist. Das Motto „Liebe ist nicht bezahlbar“ wird an dieser Stelle dazu verwendet, das eigene Verhalten, das eventuell als übertrieben („vielviel“) angesehen werden könnte, zu legitimieren. In dieser Art kann die Rhetorische Frage als Mittel der Persuasion verstanden werden. Trotz ihrer Frage, die keine andere als die erwartete Antwort zulässt, impliziert sie auch eine gewisse Unsicherheit, die im Deckmantel einer vermeintlichen Souveränität daherkommt. Vor allem in Anbetracht der Aussage von Mackensen, dass „Sprache [...] ein Hin- und Her zwischen Unsicherheit und Bekräftigung [ist]“,³⁰⁰ sprechen in erster Linie die Rhetorischen Fragen in „Relax für“ diese Annahme. Die Ich-Erzählerin im zweiten Teil von „Relax“ ist geprägt von Unsicherheiten, die sich nicht zuletzt in ihrer Beziehung zum Freund „Chris“ abzeichnen. Sie sucht nach Legitimierung für ihr Verhalten ihm gegenüber in *einschlägiger Literatur* („Relax“, S. 162: „das kann man echt überall nachlesen“) und im heissgeliebten „Vampirella-Comic“, deren Heldin als grösstes Vorbild dient („Relax“, z. B. S. 139, 140, 223, etc.). In diesem Kontext können die Rhetorischen Fragen dieser Roman-Figur nicht nur als meinungs- und verhaltensbestärkende Mittel angesehen werden, sondern auch als Widerspiegelung der Unsicherheit, aus welcher heraus nach Bestärkung des eigenen Handelns gesucht wird. Folgendes Beispiel soll diese Unsicherheit exemplarisch darstellen:

Die Sache ist nämlich die, daß ich so eine Waschmaschine habe, bei der man erst den Deckel oben aufmachen muß, um an die Blechtrommel zu kommen, wo die nasse Wäsche

²⁹⁸ Fricke / Zymner (1996), S. 62.

²⁹⁹ Wolfgang Berg: „Uneigentliches Sprechen: Zur Pragmatik und Semantik von Metapher, Metonymie, Ironie, Litotes und rhetorischer Frage“ (1978), S. 66

³⁰⁰ Mackensen (1973), S. 226.

drin ist. Und weil das ja ein elektrisches Gerät ist und weil es innen nass ist und weil die Trommel aus Metall ist, habe ich eben Angst, daß ich einen Schlag kriege, wenn ich die Trommel anfasse. Leuchtet doch ein, oder? („Relax“, S. 201)

Die dargestellte Situation spielt in komischer Weise mit der allgemein bekannten Tatsache, dass Elektrizität und Wasser eine gefährliche Kombination darstellen können, jedoch im Normalfalle nicht bei einer Waschmaschine, was der Ich-Erzählerin nicht klar zu sein scheint. In scheinbarer *Logik* wird die Begründung für die Angst dargelegt. Am Schluss der Passage wird beim Leser die Zustimmung für dieses Verhalten, Verständnis für die Angst gesucht, was vor allem in der angehängten, auf Unsicherheit hinweisenden Frage-Konjunktion „oder“ zu erkennen ist.³⁰¹

2.3.1.4. Semantische Figuren

Die semantischen Figuren bilden die grösste Gruppe der in der Pop-Literatur verwendeten Mittel, um emphatisch die wertende Polarität zwischen „in“ und „out“ zu konstituieren. Dies mag daran liegen, dass in den untersuchten Texten mehr Gewicht auf die Worte gelegt wird, als auf Strukturen. Den Worten wird ein aussagekräftigeres Potenzial zugesprochen, da sie zweckgerichtet dazu eingesetzt werden, zu veranschaulichen, überzeugen und zwar in einer originellen, überraschenden, jugend-, alltags- und mediensprachlich spezifischen Art und Weise, stets mit dem Ziel der Polarisierung mittels Wertungen.

[Das Wort] steht nicht nur in einem syntagmatischen, sondern auch in einem paradigmatischen Zusammenhang, in Opposition zu Ausdrücken des gleichen Wortfeldes. Gründe für die Wahl eines bestimmten Lexems können Prinzipien sein wie Verständlichkeit, Originalität, Anschaulichkeit, Variation, Exaktheit etc. Der Wortschatz oder einzelne Lexeme können bestimmten Räumen (Dialekten), Zeiten (z. B. Archaismen), Einzelpersonen (Ideolekte), Gruppen oder Schichten (Soziolekte, Jargons), Institutionen (z. B. Fachsprachen) etc. entstammen. [...] Durch typisierende Kennzeichnung von Personen, Gruppen etc., Klassifizierungen von Ereignissen, Veranstaltungen, Kulturprodukten etc. lassen sich Sichtweisen einführen, Wertungen vorbereiten.³⁰²

³⁰¹ Weitere Hinweise für die latente Unsicherheit der Ich-Erzählerin im zweiten Teil von „Relax“ (S. 137-314) sind nach Mackensen, (S. 226), in den überaus zahlreichen emphatischen „Nee, echt.“ zu finden (z. B. in „Relax“, S. 140, 141, 221, 287, 309 etc.) Dieser emphatische Ausdruck impliziert, dass der Leser das Verständnis für Ansichten und Handlungen nicht teilt, und somit davon noch überzeugt werden muss. In diesem Sinne dient es der Persuasion.

³⁰² Gernot Stegert: „Feuilleton für alle: Strategien im Kulturjournalismus der Presse“ (1998), S. 69.

Den Anforderungen der New Rhetoric entsprechend, wird die Textanalyse deshalb „von makroskopischen zu mikroskopischen Überlegungen“ verlagert.³⁰³ Auf diese Art und Weise kann die Gewichtung der Worte, welche in den Texten der Pop-Literatur vorherrscht, am besten gewährleistet werden.

2.3.1.4.1. Metapher

Die im Folgenden dargestellten Metaphern werden der „Interaktionstheorie“³⁰⁴ untergeordnet. Im Gegensatz zur Vergleichs- und Substitutionstheorie, die ihren Ursprung in der aristotelischen Rhetorik³⁰⁵ haben, wird bei der Interaktionstheorie der Kontext mitberücksichtigt.

Wesentlich ist der Interaktionstheorie [...], daß eine Metapher nicht substituierbar durch einen nicht-metaphorischen Ausdruck, sondern vielmehr innerhalb eines Diskurses unersetzlich ist.³⁰⁶

Vor allem mit Berücksichtigung des zweckgerichteten, emphatischen Ziels der verwendeten Metaphern in den Texten der Pop-Literatur spielt die Berücksichtigung dieses „Diskurses“ eine wichtige Rolle. Eine Metapher kann den „Tenor“³⁰⁷ durch beliebige „Vehicles“ ausdrücken. Die Wahl eines bestimmten „Vehicle“ führt die gewünschte Wirkung herbei, welche durch das Zusammenspiel von „Tenor“ und dem entsprechenden „konterdeterminierenden Kontext“³⁰⁸ ausgeht. Aus diesen Überlegungen heraus wird die Metapher für diese Arbeit wie folgt definiert:

Auf die einfachste Formulierung gebracht, bringen wir beim Gebrauch einer Metapher zwei unterschiedliche Vorstellungen in einen gegenseitigen aktiven Zusammenhang,

³⁰³Vgl. dazu: Holocher (1996), S. 25: „In der New Rhetoric wird gefordert, den „Analyseschwerpunkt von makroskopischen zu mikroskopischen Überlegungen zu verschieben.“ Diese Verschiebung entspricht nun genau den Verfahren, welche in der Aktuellen Popliteratur von grösster Bedeutung sind.

³⁰⁴ Dietmar Osthus: „Metaphern im Sprachvergleich“ in: „Bonner Romanistische Arbeiten“, Bd. 70, (2000), S. 83-90.

Ein interessantes Werk sehr aktuellen Datums zum Thema liefert Anselm Haverkamp mit: „Metapher. Die Ästhetik der Rhetorik“ (2007).

³⁰⁵ Dietmar Osthus (2000), S. 77-83.

³⁰⁶ Ebd., S. 86.

³⁰⁷ Ebd., S. 85. Als Tenor wird der „nicht-metaphorische Hauptgegenstand“ bezeichnet, während unter „Vehikel die aus dem metaphorischen Kontext gelöste Bedeutung der metaphorischen Form verstanden wird.“

³⁰⁸ Fricke / Zymner (1996), S. 44: „Konterdeterminierender Kontext (Verstoß gegen semantische Kombinationsregeln, die bei normgerechter Sprachverwendung gelten)“.

unterstützt von einem einzelnen Wort oder mehrerer oder einer einzelnen Wendung, deren Bedeutung das Resultat der Interaktion beider ist.³⁰⁹

Die Metapher gilt als morphologische Figur der Substitution, wobei letztere darin besteht, dass ein „Vehicle“ eine Bedeutung ersetzt, freilich, nach den oben dargelegten Ausführungen, wird sie nicht auf dieses „Ersetzen“ im Sinne der Vergleichs- bzw. Substitutionstheorie reduziert.

2.3.1.4.1.1. Anal- und Fäkalmetaphorik

Die prägnanteste, dem alltäglichen Gebrauch³¹⁰ entlehene, stark emphatische Metaphorik, die sich durch alle untersuchten Werke zieht, ist jene aus dem Anal- und Fäkalbereich. Diese Metaphern haben eine stark emphatische Wirkung durch ihre aufmerksamkeiterregende Art und Weise. Die häufigste Vokabel in den Texten der Pop-Literatur ist aus diesem Bereich ohne Zweifel „Scheiße“, die auch in Kombination auftreten kann, sei es mit Adjektiven, z. B.: „krampfge Scheiße“ („Soloalbum“, S. 38), als Teil von Komposita: „Scheiß-Staatsanwälte“, „Scheiß-Bewährungsscheiße“, „Scheiß-Diktaphon“ („Abschaum“, S. 183) „Papierscheiß“, („Soloalbum“, S. 46) „Zahnstocherscheiß“, („Soloalbum“, S. 74), „Scheißmusik“, („Soloalbum“, S. 118) oder auch als rein emphatischer Ausdruck: „Scheiße“ („Soloalbum“, 46, 73, 75 etc.), („Abschaum“, S. 138, 142, etc.), („Relax“, S. 21, 28, 230 etc.). Ebenfalls stark vertreten ist die Kombination von „Scheiße“ und „egal“, vor allem in „Abschaum“ („Abschaum“, S. 35, 45, 64, 166 etc.). Im Zusammenhang mit der Vokabel „Scheiße“ ist auch der oft verwendete Ausdruck „beschissen“ (z. B. „Relax“, 138 etc., „Faserland“, 30, 42 etc.) zu sehen.

Neben der Verwendung der Vokabel „Scheiße“ kommt auch die Vokabel „Arsch“ in einer auffallenden Häufigkeit vor. Auch dieses „Vehicle“ kann als Teil von Komposita auftreten, z. B.: „Arschsäcke“ („Faserland“, S. 57), „Arschgesicht“ („Soloalbum“, S. 32) oder „Arschphysiker“ („Soloalbum“, S. 118). Die meistgebrauchte Vokabel im Zusammenhang mit „Arsch“ ist sicherlich „Arschloch“, als fluchartiger Ausruf. (z. B. „Relax“, S. 179, „Abschaum“, S. 30, 110, 142 etc.).

Allen Metaphern dieses „Tenors“ sind stark negative Bewertungen immanent, sei es von Personen, Haltungen oder Meinungen, die bezüglich ihrer Akzeptanz seitens der Generation Golf für ausgeschlossen gehalten werden. Alle Metaphern dieser Art unterliegen der Funktion einer negativen Bestärkung, in

³⁰⁹ Osthus (2000), S. 85.

³¹⁰ Vgl. Reinhard Wilczek in: „Wirkendes Wort“, S. 139.

welcher sie als „Intensifier“³¹¹ bezeichnet werden können, denn sie intensivieren die negative Bewertung. Auffallend bei dieser Art der Metaphorik ist, dass sie in „Generation Golf“ in einer vernachlässigbaren Häufigkeit vorkommt, während vor allem die Ich-ErzählerIn in „Abschaum“ und „Relax“ davon Gebrauch machen. Die Bewertungen seitens des Ich-Erzählers in „Generation Golf“ fallen zwar nicht aus, sind jedoch minder, oder zumindest in einer anderen Art und Weise radikal.

2.3.1.4.1.2. Tiermetaphorik

Nicht minder negativ bewertend funktionieren die Metaphern aus dem Bereich der Tierwelt. Äusserst beliebt ist daraus vor allem die „Sau“ oder das „Schwein“ mit ihren entsprechenden Formen. Ob beispielsweise Günther Jauch als „moralische Sau“ („Soloalbum“, S. 88), jemand als „Nazischwein“ („Faserland“, S. 34) oder „SPD-Schwein“ („Faserland“, S. 49), Ulrich Meyer als „Drecksau“ („Soloalbum“, S. 24) bezeichnet werden, stets wird das Tier dazu *missbraucht*, dem Unmut über jemanden Luft zu machen, und dies in einer Art und Weise, die unmissverständlich negativ ist.

Auch Körperteile aus dem Tierreich werden dazu benützt, negative Äusserungen über jemanden zu machen. So implizieren die „Vehicles“ wie „Fresse“ und „Maul“ ebenfalls deutlich negative Signale im Zusammenhang mit menschlichen Wesen. (z. B. „Soloalbum“, S. 138, 147, 153 etc., „Abschaum“ S. 35, 43, 139, etc.)

2.3.1.4.1.3. Müllmetaphorik

Ebenfalls ein wichtiger Bereich, woraus die „Vehicle“ gespeist werden, ist jener des Mülls, mit den ähnlichen Bereichen von „Schrott“ und „Dreck“. Auch bei diesen „Vehicles“ ist die negative Bewertung unmissverständlich. So verbannt das „Ich“ in „Generation Golf“ die Ausdrücke „Sprudel“, „ätzend“, „Turnbeutel“ und „Dauerlauf“ auf die „Wortmüllhalde der achtziger Jahre“ („Generation Golf“, S. 152). Einmal mehr wird die negative Bewertung in diesem Beispiel dazu benutzt, sich von der Vorgängergeneration abzugrenzen. Der Ich-Erzähler in „Faserland“ zum Beispiel unterscheidet an einer Stelle zwischen „Südseeinseln“ als „Dreck“, den „Out-Leuten“ als Urlaubsziel auswählen, während die „Wir-Gruppe“ sich eher für die „Äußeren Hebriden“ entscheiden würde („Faserland“, S. 53). Am Häufigsten wird die Müllmetapher in „Soloalbum“ verwendet. So wird

³¹¹ Peter Schlobinski / Gaby Kohl / Irmgard Ludewigt: „Jugendsprache: Fiktion und Wirklichkeit“ (1993), S. 172.

beispielsweise der Musiker Bryan Adams als „Schrott“ bezeichnet („Soloalbum“, S. 53), die Wolfgang Petri-typischen Armbänder werden zu „Dreck“ („Soloalbum“, S. 32) degradiert, ebenso Talk-shows (z. B. „Soloalbum“, S. 40, 48). Auch Meinungen von unbeliebten Personen, die nicht dem *In-Ideal* entsprechen, können mit dem Vermerk von „Dreck“ („Soloalbum“, S. 77, 109 etc.) abgetan und somit für inakzeptabel (Ausschliessen) befunden werden.

2.3.1.4.1.4. Kriegsmetaphorik

Die „Vehicle“ aus dem Kriegsbereich haben zwar weniger eine der Trias dienende Funktion, sie sagen jedoch viel über die Rezeption der Wirklichkeit der Charaktere der Pop-Literatur aus. Vokabeln wie „Genickschuß“ („Soloalbum“, S. 16) „Reserveregiment“ und „rekrutieren“ („Soloalbum“, S. 25), „strategisches Schlußgespräch“ („Soloalbum“, S. 69) im Zusammenhang mit der Liebe sprechen für eine sehr hart empfundene Realität derselben.

Die Bedrohung (Krieg) geht in „Generation Golf“ eher von den Gegenständen aus. Ob von einer „Stiftarmada“ („Generation Golf“, S. 151) oder von einer „Bedrohung“ (S. 151) durch gewisse Stifte ausgegangen wird, solche Metaphern implizieren einen kriegserischen Zug. Unmissverständlich ist auch die Implikation des „muss bekämpft werden“, wenn die nicht eigene Generation als „feindlich“ („Generation Golf“, S. 179) bezeichnet wird.

Es wurden an dieser Stelle nur die wichtigsten „Tenor“ mit entsprechenden

Metaphern behandelt, welche, sei es in ihrer bewertenden Art und Weise, sei es durch implizite Mechanismen, dem Ausschlussverfahren dienlich sind.³¹² Die Metaphern aus dem Fäkal- und Analbereich sowie die Müll- und Tiermetaphorik bilden mit Ausdrücken wie „Arschgesicht“, „Wichser“ u. a. wie auch „Drecksau“, „SPD-Schwein“ etc. Schimpfwörter, und diese haben ein einziges Ziel, nämlich auf effektive Art und Weise in expressiver Form von einer negativen Meinung zu überzeugen.³¹³

³¹² Es sei noch auf die Umkehrfunktion, d. h. auf die Entmetaphorisierung durch das Wörtlichnehmen der „Vehicle“ hin verwiesen. Dieses Verfahren kommt in „Soloalbum“ vor und hat einen emphatischen Effekt, da die verblassten metaphorischen Elemente wörtlich genommen werden und somit der Erwartung des Lesers widersprechen („Soloalbum“, S. 69, 148 etc.)

³¹³ Pörksen in: Hoffmann / Keßler (1998), S. 191-215, geht gezielter darauf ein, Metaphern als Ziel der Persuasion darzustellen.

[O]ft besteht ihre [der Metapher] Wirkung vor allem darin, eine affektive Einstellung zu erzeugen. [...] Bei Schimpfwörtern scheint es nur auf diese affektive Einstellung anzukommen.³¹⁴

Abschwächungen und Einschränkungen finden sich nicht unmittelbar innerhalb der Metaphern. Sie sind eher im Kontext zu finden, sei es durch Vokabeln wie „wahrscheinlich“, „trotzdem“, „obschon“, „aber“ etc. Im Gesamten vermögen sie die unmissverständlich negativen Bewertungen kaum aufzuheben.³¹⁵

2.3.1.4.2. Antithese

Die Antithese wird von Plett als eine „sekundäre, semantische Deviation besonderer Art“ bezeichnet.³¹⁶ Gemäss Fidel Rädle „dient [sie] der stilistischen Hervorhebung eines gedanklichen Gegensatzes zwischen Wörtern oder Sätzen.“³¹⁷ Sie wird „unter den stilistischen Schmuckmitteln [...] als attraktivste“ angesehen.³¹⁸ Die Häufigkeit, mit der in den untersuchten Texten der Pop-Literatur mit dieser Figur operiert wird, vor allem in „Soloalbum“ und „Generation Golf“, bestätigt diese Aussage.

In „Generation Golf“ dienen die Antithesen meist der Polarisierung von „in“ und „out“, wobei die Dichotomie „damals“ (out) versus „heute“ (in) impliziert wird. So wird beispielsweise dem unmodischen Politiker Helmut Kohl, „der noch davon redete, dass es ein Charaktertest sei, ob man sich morgens beim Rasieren noch in die Augen schauen könne“ („Generation Golf“, S. 120) der „Kaschmir-Kanzler“ Gerhard Schröder antithetisch gegenübergestellt, der sich „von einer Modezeitschrift fotografieren ließ“, also eher der Tendenz der Generation Golf entsprechend an der Optik orientiert ist, und sich „die Frage stellt, ob man sich morgens trotz Gurkenmaske noch ins Gesicht schauen kann.“ („Generation Golf“, S. 120). Dem *unästhetischen*³¹⁹ Helmut Kohl wird der auf Ästhetik bedachte Gerhard Schröder gegenübergestellt, und es wird an dieser Stelle deutlich, dass Mode und Aussehen die erste Bewertung einer Persönlichkeit liefern, und nicht etwa das politische Engagement, wie zu erwarten wäre. In einer weiteren Antithese wird auch gleich die Begründung für diese Haltung geliefert:

³¹⁴ Gerhard Kurz: „Metapher, Allegorie, Symbol“ (1997), S.24.

³¹⁵ Eine weitere, nicht der Trias, sondern einem rein emphatischen Zweck dienende Figur der morphologischen Abweichung, bildet die Onomatopöie, oder die Klangmalerei (von Wilpert, S. 411-412). Diese sind vor allem in „Soloalbum“ zu finden: z. B. *Gronkwrömm* (S. 13) für das Geräusch eines Bohrers.

³¹⁶ Plett (1979), S. 279.

³¹⁷ Fidel Rädle in: „RLW“, Bd. I, S. 102.

³¹⁸ Ebd.

³¹⁹ Freilich von der Generation Golf als solchen definiert.

Denn so tolerant unsere Generation ist, so intolerant ist sie in Stilfragen: Die richtige Kleidung kann alles wettmachen. („Generation Golf“, S. 148-149)

Tolerant ist die Generation Golf nur, solange der Stil dem entspricht, was für gut, für „in“ befunden wird.

Als „out“ werden jedoch nicht nur Stilabweichungen bewertet. Bereits die Wahl eines Produktes kann dazu führen, dass Ausschlüsse aus dem Stilkanon stattfinden. Sich im Supermarkt für ein Shampoo „für unnormales Haar“ („Generation Golf“, S. 119) zu entscheiden, entgegen dem *Verbot*, dies zu tun, da „auf den Badewannenrändern der Generation Golf nie ein Nivea für unnormales Haar“ steht, bedeutet gleichzeitig, aus der „In-Generation Golf“ ausgeschlossen zu werden. Diese wählt nämlich „immer das [Shampoo] für normales Haar“ („Generation Golf“, S. 119). Die Antithese „immer“ und „nie“ lässt keinen Zweifel über den Mass der Verpönung der eindeutig falschen Wahl übrig. Zudem impliziert die Antithese „unnormal“ zu „normal“ eine klare negative Bewertung des ersteren. Sowohl Michael Haas³²⁰ wie auch Annette Klosa³²¹ und Elke Hentschel³²² bezeichnen das Präfix *un-* als negativ bewertend, in einem entsprechenden Kontext, was in „Generation Golf“ der Fall ist.

Wie wichtig es für die Generation Golf ist, sich von der Masse abzugrenzen, ist weiter oben bereits dargelegt worden. Ein weiteres Beispiel dafür ist in der folgenden Passage zu finden.

Je ausgeprägter der eigene Wille eines Generationsangehörigen wurde, desto suspekter wurde ihm die ‚Vereinigung, zu der sich eine Mehrheit natürlicher oder juristischer Personen für längere Zeit zu einem gemeinsamen Zweck freiwillig zusammengeschlossen und einer organisierten Willensbildung unterworfen hat‘ – wie der Verein auf amtsdeutsch heißt. Sport ist im Verein am schönsten – von wegen. Wir vergnügen uns am liebsten allein und unorganisiert. („Generation Golf“, S. 190)

Die Antithese besteht in der Gegenüberstellung von „Verein“ (=Mehrheit, Masse), „organisiert“ und „Individualismus“, „unorganisiert“, wobei an dieser Stelle die wertende Komponente des Präfixes *un-* entfällt, und zwar aus kontextuellen Gründen. Die Aussage eines Vereinsmitglieds, dass „Sport im Verein am schönsten“ sei, wird negiert, und zwar in einer eindeutigen Weise, durch die Art des wertenden „konträren Gegenteils“:³²³ „von wegen“. Auch bei

³²⁰ Michael Haas: „Aspekte der Negation auf Satz- und Wortebene in der deutschen Gegenwartssprache: Mit kontrastiven Stichpunkten zum Italienischen“, Dissertation (1996), S. 135-137.

³²¹ Annette Klosa: „Negierende Lehnpräfixe des Gegenwartsdeutschen“ (1996), S. 101-105.

³²² Elke Hentschel: „Negation und Interrogation. Studien zur Universalität ihrer Funktion“ (1998), S. 41.

³²³ Fricke / Zymner (1996), S. 209.

diesem Beispiel spielt die implizite Antithese „damals“ versus „heute“ eine Rolle. Zu erkennen ist sie im Zeitenwechsel: „wurde, darben“ versus „vergnügen“. Allgemein bildet die Gegenüberstellung von „damals“ und „heute“ in „Generation Golf“ die wohl häufigste Antithese, und steht ganz im Zeichen der kategorischen Abgrenzung der Generation Golf von der Vorgängergeneration.

In „Soloalbum“ erlebt der Ich-Erzähler die Antithese als Bedrohung, und zwar in enger Verbindung mit der Pubertät, die wohl den meisten als Zeit voller Widersprüche in Erinnerung sein dürfte.

In der Pubertät überkommt einen zum ersten Mal der Gedanke, daß das ständige An- und Ausziehen, Gewinnen und Verlieren, Schmutzigmachen – Saubermachen, Ver- und Entlieben, Kaufen und Verkaufen – daß es einen zum Wahnsinn treibt. („Soloalbum“, S. 46)

Die Liste könnte meiner Meinung nach beliebig erweitert werden, denn nicht die einzelnen Antithesen an sich sorgen für den „Wahnsinn“, sondern die Tatsache, dass das Leben aus einem Konstrukt lauter Antithesen besteht. Die Erklärung dafür wird eine Seite weiter mitgeliefert, wenn das „Ich“ feststellt, dass „alles ja miteinander konkurriert, sich selten parallel abhandeln läßt.“ („Soloalbum“, S. 47) Das Leben wird als Konstitution von Polaritäten wahrgenommen:

Du setzt einen Schwerpunkt und triffst damit auch gleichzeitig eine Entscheidung GEGEN etwas anderes. Hatte noch nie das Glück in der Liebe und ZUGLEICH bei dem, was die Arbeit ist. Entweder oder, und der Erfolg hier ist bloße Kompensation des Mißerfolgs dort. (Solo, S. 47)

Dieses „Entweder-Oder“ scheint das Weltbild zu prägen, und kann gleichzeitig als Anhaltspunkt für die Erklärung der zahlreichen Bewertungen von „in“ und „out“ herbeigezogen werden. Eine Welt, oder Wirklichkeit, die als einzige grosse Antithese wahrgenommen wird, kann am besten gemeistert werden, wenn das „Ich“ in dieser Polarität funktioniert, und zwar indem sich das „Ich“ dieser unterordnet und sie sich als ordnendes Element zueigen macht. Nicht von ungefähr liegt zwischen den zwei zitierten Stellen („Soloalbum“, S. 46, 47) eine Passage, in welcher es eben darum geht, Ordnung zu schaffen, was nicht gelingt, was das „Ich“ wiederum „ziemlich verrückt“ („Soloalbum“, S. 47) macht.

In diesem Zusammenhang sind auch die zahlreichen Antithesen zu sehen, welche zwischen „Wirklichkeit“ und „Illusion“ polarisieren.³²⁴ In Computerspielen beispielsweise wird die Flucht vor dem „schizophrenen [= antithetischen] und raumergreifenden und eigentlich bedeutungslosen [Leben]“

³²⁴ S.u. „Virealitäten“ im Kapitel zur „Autorschaft“.

(„Soloalbum“, S. 225) ergriffen. Diese virtuelle Welt wird als „lustiger als die Wirklichkeit“ („Soloalbum“, S. 225) beschrieben, und damit bin ich bei einem Stichwort angelangt, das die Kritiker gerne gegen die Pop-Literatur verwenden, nämlich die Bezeichnung der jüngeren Generationen als „Spaßgesellschaft“.³²⁵ Die Generation Golf aber will die Welt mit ihren mehrschichtigen Realitäten „spielerisch“ („Generation Golf“, S. 164) wahrnehmen, im Gegensatz zur Vorgängergeneration, will die Welt „nicht so ernst“ sehen („Generation Golf“, S. 164). „Geprägt“ („Generation Golf“, S. 37) von einer an Ware orientierten Medien-, Musik- und Filmwelt, wird diese zwar als Illusion erkannt („Generation Golf“, S. 18), jedoch nichtsdestotrotz als erstrebenswertes Ziel angesehen. Die Welt ist eine „dumme Scheißwelt“ („Soloalbum“, S. 179), aber nur solange, bis wieder genug Geld da ist („Soloalbum“, S. 179). Sie besteht aus „Profis und Idioten“ („Soloalbum“, S. 87), aus „Chaos und Ordnung“ („Soloalbum“, S. 91), aus „kennenlernen und vergessen“ („Soloalbum“, S. 203), aus „wissen und nicht wissen“ („Generation Golf“, S. 173) aus „in“ und „out“, um nur ein paar Beispiele zu nennen, wobei letztere Antithese dazu dient, der „völligen Orientierungslosigkeit“³²⁶ („Generation Golf“, S. 18) entgegenzuwirken, nämlich dadurch, dass in der Polarisierung ein- und ausgeschlossen wird, was für das eigene Leben von Relevanz ist. Abschwächende und einschränkende Elemente finden sich auch an diesen Stellen lediglich darin, dass mit der Wortwahl von „wahrscheinlich“, „vielleicht“, „aber“ etc. Zweifel an der Radikalität des Ausschlusses eingeräumt werden.

Insgesamt stehen die Antithesen ganz im Dienste der „Dissoziation“.³²⁷ Sowohl das „Ich“ wie auch die Wirklichkeit werden als dissoziiert wahrgenommen.³²⁸

2.3.1.4.3. Anspielung

Die Anspielung wird von Heinrich von Plett nicht dem Abweichungsschema untergeordnet. Trotzdem wird sie an dieser Stelle aufgeführt, da sie als rhetorische Technik betrachtet werden kann, und zwar durch ihr Potenzial der Sinn-Assoziationserzeugung, als semantische Figur der Addition. Die additive Komponente liegt hierbei in diesem eben beschriebenen Potenzial.

³²⁵ S.u. „Alltagsästhetik“.

³²⁶ S.u.: „Alltagsästhetik“.

³²⁷ Mario Andreotti: „Die Struktur der modernen Literatur: Neue Wege in der Textanalyse“ (2000).

³²⁸ Im Rahmen dieser Arbeit wird nicht näher auf dieses Phänomen eingegangen. Zur einsteigenden Lektüre sei beispielsweise auf Mario Andreotti (2000) verwiesen. Für fundiertere Angaben vgl.: Zima, Peter, V.: „Das literarische Subjekt: Zwischen Spätmoderne und Postmoderne“ (2001).

Im Zusammenhang mit der Autoritätsargumentation ist bereits auf Zitate verwiesen worden. Die unter dem Aspekt der Anspielung verwendeten Zitate dienen nicht der Argumentation, sondern implizieren und eröffnen vielmehr Assoziationsräume, welche zur Veranschaulichung einer Sache dienen.³²⁹ Entgegen dem Postulat der „obligatorischen Indirektheit“³³⁰ werden auch jene Zitate als Mittel der Anspielung betrachtet, welche über die Quelle keinen Zweifel lassen und somit nicht nach dem Prinzip der „Indirektheit“ funktionieren. Dies geschieht aus dem Grunde, dass auch direkte Zitate sehr wohl assoziatives³³¹ Potenzial haben, und somit das Hauptanliegen der Anspielung erfüllen. Zudem dient die Anspielung nicht zuletzt der Collage-Technik,³³² welche für die Pop-Literatur von grosser Bedeutung ist, sei es als direkte oder indirekte Anspielung. So postuliert Bettina Plett beispielsweise, dass „eine festumrissene Definition des Zitates bzw. der Anspielung im literarischen Kunstwerk [...] problematisch [sei]“.³³³ Von Bettina Plett ausgehend und dem mediengeprägten Charakter der Pop-Literatur angepasst, wird im Folgenden unter dem *Oberbegriff* der Anspielung Folgendes verstanden:

Zitat und Allusion können [...] als verschiedene [Unter-]Arten oder Methoden der Anspielung bezeichnet werden. Zwischen Zitat und Allusion besteht demgemäß kein kategorialer, sondern nur ein gradueller Unterschied. Definieren wir das Zitat vorläufig als eine bewußte, explizite, mehr oder weniger wörtliche Übernahme aus einem literarischen oder medialen Text, also als eine offene Anspielung, so ist die Allusion zwar ebenfalls bewußte, jedoch eher implizite, umschreibende Übernahme, also eine verhüllte (oder verhüllende) Anspielung. Beiden gemeinsam ist der Charakter der Intentionalität, der Wille des Autors zur Anspielung, zur Bezugnahme.³³⁴

Vor diesem Hintergrund wird die Anspielung in ihren graduell unterschiedlichen Formen von „Zitat“ und „Allusion“ getrennt behandelt.

2.3.1.4.3.1. Zitate

Die auffälligsten, der Anspielung dienenden Zitate, sind diejenigen, die gleichzeitig strukturbildend als Kapitelüberschriften in „Generation Golf“ dienen. Sie stammen allesamt „aus der Werbekampagne für den Golf IV“ („Generation

³²⁹ Jürgen Stenzel in: „RLW“, Bd. I, S. 93: „Ein Zitat fungiert in dem Maße als Anspielung, als es seinen Kontext zu evozieren geeignet ist.“

³³⁰ Ebd.

³³¹ Wolfram Wilss: „Anspielungen: Zur Manifestation von Kreativität und Routine in der Sprachverwendung“ (1989), S. 4.

³³² Ebd., S. 3.

³³³ Bettina Plett: „Die Kunst der Allusion: Formen literarischer Anspielungen in den Romanen Theodor Fontanes“ (1986), S. 9.

³³⁴ Ebd., S. 10.

Golf“, Inhaltsverzeichnis). Die Werbung bedient sich verschiedener Arten alltäglicher Kommunikation. So werden Metaphern (Kapitelüberschrift 3), Redewendungen und geflügelte Worte (Kapitelüberschrift 7) und auch Anspielungen (Kapitelüberschriften 1, 7), dazu verwendet, persuasive Texte zu gestalten.³³⁵ In „Generation Golf“ werden diese, dem Alltag entliehenen, Werbesprüche wieder in einen alltäglichen Kontext zurückgeführt, was durch die Präzisierung oder Ergänzung der interpretatorischen Stichworte seitens des Ich-Erzählers erfolgt. Der werbestrategische Trick wird sozusagen wiederholt, weitergeführt. In der Werbung werden mögliche Realitäten zur Illusion verarbeitet, während in „Generation Golf“ die Illusion zurückführt wird zu einer möglichen Realität, nämlich jener der Generation Golf.

„Woher komme ich? Wohin gehe ich? Und warum weiß mein Golf die Antwort?“
Kindheit. Schulzeit. Playmobil. („Generation Golf“, Kapitelüberschrift 1)

In Stichworten wird der Leser darauf vorbereitet, was sich die Generation Golf unter den existentiellen Fragen des *Woher und Wohin* für Gedanken macht. In der, an der Figur der Klimax anlehenden, Form „Kindheit. Schulzeit. Playmobil.“ spielt das letzte Element mit dem Effekt der Überraschung, welche die Erwartung des Lesers irritiert. Dieser würde wohl eher eine Vokabel wie „Jugendzeit“ erwarten. Durch den Gebrauch des Markennamens „Playmobil“ wird die Tendenz zum Markenkult bereits an dieser Stelle angedeutet und vorweggenommen. Das assoziative Potenzial von „Playmobil“ funktioniert natürlich nur für jene Leser, welche dieses (relativ teure) Spielzeug auch kennen.³³⁶ Dadurch, und stellvertretend für alle Anspielungen, werden Leser in den „In-Kreis“ eingeschlossen oder eben davon ausgeschlossen.

Es macht keinen Sinn, alle Kapitelüberschriften ins Detail zu analysieren. Deshalb sei an dieser Stelle repräsentativ nur noch auf die letzte Kapitelüberschrift verwiesen, welche thematisch die Frage des ersten Kapitels („woher und wohin“), zumindest letzteres davon, beantwortet, nämlich: „Die Suche nach dem Ziel hat sich somit erledigt“. (Kapitelüberschrift 8), wodurch der Kreis vom ersten bis zum letzten Kapitel geschlossen wird. Diesem Werbespruch werden die drei Stichworte „Glaube, Liebe, Hoffnung“ beigelegt, welche als anspielendes Zitat aus dem Neuen Testament stammen³³⁷. Es kann sich in Bezug auf den Markenfetischismus, der im besagten Text skizziert wird, dabei nur um

³³⁵ Karin M. Eichhoff-Cyrus in: Eichhoff-Cyrus, Karin M. / Hoberg, Rudolf (2000), S. 58-61.

³³⁶ Was zugegebenermaßen die Mehrheit der breiten Masse betreffen dürfte.

³³⁷ Die Bibel: „Das Hohelied der Liebe“, 1 Korinther 13.

eine ironische Verwendung dieses Zitates handeln, denn sowohl Glaube, wie auch Liebe und Hoffnung beziehen sich auf Konsumgüter.³³⁸

Weitere Anspielungen finden sich vor allem in „Generation Golf“ und „Soloalbum“. In „Generation Golf“ bedient sich der Ich-Erzähler in erster Linie mehr oder weniger bekannter Werbeslogans. An erster Stelle stehen wiederum die Zitate aus der Golf-Kampagne, die nicht nur als Kapitelüberschriften dienen, sondern auch in den Text eingebaut werden, und zwar an den Stellen, wo der Bezug zwischen Werbe-Zitat und textlichen Ausführungen hergestellt werden soll.

Strukturbildend dienen in „Soloalbum“ die Songtitel der Popmusikgruppe „Oasis“ als Kapitelüberschriften. Die Mitglieder der Gruppe werden als „die Größten“ („Soloalbum“, S. 243) überhaupt angesehen, bei denen sogar toleriert wird, was bei anderen als absolut „out“ bewertet würde, denn „der [Sänger] darf das [nämlich: weiße Socken tragen], darf alles.“ („Soloalbum“, S. 245) Die Mitglieder der Musik-Gruppe werden aus den negativ bewerteten Verhaltensweisen aller anderen ausgeschlossen, denn sie sind ja der „In-Begriff“ für „in-Sein“ schlechthin. Sie übernehmen für den Ich-Erzähler den absoluten Orientierungs- und Autoritätsstatus, was beispielsweise dadurch zum Ausdruck kommt, dass ihr Konzert zum Nullpunkt einer neuen Zeitrechnung erkoren wird („Soloalbum“, S. 244).

2.3.1.4.3.2. Allusion

Des Weiteren werden Konsumgüter wie z. B. Schokolade dazu verwendet, anspielend zwischen „In- und Outgruppe“ zu polarisieren.

Nein, so wie der Storck-Riesen-Junge wollten wir alle nicht werden. Eckhart glaubt, wir würden nicht erwachsen, weil wir alle viel zu gerne Schokolade essen und auch noch Ende Zwanzig Kinderschokolade für den Gipfel der Genüsse halten. Wir bleiben deshalb wie der rotbackige, unglaublich saubere Junge mit braunem Siebziger-Jahre-Haarschopf, orange-weiß gestreiftem Hemd und strahlend weißen Zähnen auf der Packung: ewig jung, dank der Extra-Portion Milch. („Generation Golf“, S. 45)

Diese kurze Passage steckt voller Anspielungen aus den zwei Werbespots für die polarisierenden Süßigkeiten-Arten: Der „Storck-Riesen-Junge“ aus der Werbung wird als Beispiel nicht-erstrebenswerten Verhaltens dargestellt, während „Kinderschokolade“ als Garant für so was wie *ewige Jugend* steht, und somit von der Generation Golf zur „In-Schokolade“ erkoren wird. Jeder, der diese Werbespots nicht vor Augen hat, wird von der Anspielung ausgeschlossen. Für

³³⁸ Vgl. „Liebe zu Markenprodukten“, Generation Golf, S. 27

jene Leser, welche damit vertraut sind, ist die Polarität deutlich, denn der „Storck-Riesen-Junge“ versetzt sich im Werbespot zurück in eine Zeit, als er noch im kleinen dörflichen Tante-Emma-Laden („out“), mit Seitenscheitel („out“) schüchtern („out“) darauf wartet, dass er einen Storck-Riesen-Bonbon bekommt, von einer Kassiererin in Rüsenschürze („out“), während die Kinder in der „Kinderschokoladen-Werbung“ aufgeweckte („in“), den richtigen Haarschopf tragende („in“), zeitgemässe („in“) und somit identifikatorische Kinder sind, deren Mütter die Schokolade aus dem grossen, städtischen Supermarkt holen („in“). Diese Darstellung ist freilich nur eine von vielen Interpretationsmöglichkeiten der angebotenen Anspielungen, die in sich immer mehrdeutig sind. Mehrdeutigkeit wiederum ist eines der Mittel, welche in der Werbung eingesetzt werden. Die Aktualisierung mehrerer Bedeutungsebenen ist höchst kalkuliert und wird mit dem Zweck eingesetzt, für Unterhaltung zu sorgen.³³⁹

In „Generation Golf“ werden insgesamt viele Anspielungen aus der Werbung verwendet, um diese nach werbestrategischen Mitteln in den Text einzubauen. So wird als weiteres Beispiel der Spruch aus der Deodorantwerbung für „Bac“ derart in den Text integriert, dass für jene Leser, welche mit dieser Werbung nicht vertraut sind, deutliche Verständnisprobleme auftreten, wodurch sie von der „In-Lesergemeinschaft“ ausgeschlossen werden.

Unter der Bettdecke im kleinen Transistorradio hörten wir, während uns die ersten Achselhaare sprossen und dein Bac auch zu meinem Bac wurde, F. R. David singen, daß Words don't come easy. („Generation Golf“, S. 22)

Mit dem Werbespruch „mein Bac, dein Bac“ wird auf die Solidarität unter den Teenies angespielt, sich das Deodorant zu teilen. Wer kein Bac hat, ist allein mit dem Problem, dass „die ersten Achselhaare“ spriessen, oder insgesamt, dass das Leben durch die pubertär bedingten Veränderungen drunter und drüber geht, denn „words don't come easy“ oder: das Leben ist schwer zu erklären.

Insgesamt sind „Werbesprüche bzw. die Verfremdung von Elementen aus der Werbung von Rundfunk und Fernsehen [...] Spitzenreiter bei der spotartigen Verarbeitung von Medienwissen“.³⁴⁰

Neben den Anspielungen auf Werbeslogans sind Titel aus TV- und Printmedien: (z. B. „Generation Golf“, S. 94-96, „Soloalbum“, S. 167) und TV-

³³⁹ Nach Ewald in: Hoffmann / Keßler (1998), S. 324.

³⁴⁰ Schlobinski / Kohl / Ludewigt (1993), S. 155. Diese Aussage bezieht sich bei den drei Autoren zwar explizit auf die Jugendsprache allgemein. Die Autoren der Pop-Literatur bedienen sich dieser Strategie, die nicht nur in der Jugendsprache der „Teenies“ (wie dies in der Untersuchung von Schlobinski / Kohl / Ludewigt der Fall ist) anzutreffen ist, sondern wohl auf alle Jugendliche zutrifft, welche in ähnlichem Masse medienorientiert sind.

Seriennamen (z. B. „Generation Golf“, S. 86, „Soloalbum“, S. 40, 48, 67 etc.) sehr beliebt. Für den TV-unkundigen Leser macht die Anspielung „Da – eine Fliege. Ich nenne sie Jürgen und sprühe sie tot.“ („Soloalbum“, S. 199) keinen Sinn. Dem Leser muss die TV-Sendung mit dem evangelischen Pfarrer „Jürgen Fliege“ des ARD bekannt sein, um zu verstehen, warum die Fliege „Jürgen“ genannt wird. Dass sie (also eigentlich die Person Jürgen Fliege) daraufhin totgesprüht wird, lässt keinen Zweifel darüber, dass der Ich-Erzähler nichts Gutes für Herrn Fliege und dessen Sendung übrig hat.

Die zahlreichen Anspielungen aus dem Fundus der Werbung erklärt sich der Ich-Erzähler in „Generation Golf“ durch „die völlige Distanzlosigkeit [der Generation Golf] zur Scheinwelt der Werbung“ („Generation Golf“, S. 28). Illusion („Scheinwelt“) und Wirklichkeit verschmelzen, was im Text durch die reziproke Übernahme von Werbeslogans (illusionistisch eingesetzt und aus der Realität entnommen) und Elementen aus dem Leben der Generation Golf (als realistisch dargestellte Elemente der Illusion) zustande kommt. Und in dieser zwar gewollten, jedoch verwirrenden Vermischung zwischen Realität und Illusion, dienen nicht zuletzt die von der Werbung angepriesenen Konsumgüter als „Orientierung“ („Generation Golf“, S. 112).

Auch wenn die Medien- und Werbewelt nicht den einzigen Gemeinplatz bildet, woraus Anspielungen gespeist werden, so bildet sie doch den grössten Fundus. Einzelne werden auch literarische Werke anspielend zitiert. „Schöne, schnelle, laute Welt“ („Soloalbum“, S. 90) beispielsweise ist eine Anspielung auf Aldous Huxleys „Schöne Neue Welt“³⁴¹ („Brave New World“) aus dem Jahre 1932. Der Ich-Erzähler in „Soloalbum“ bedient sich der Anspielung an einer Stelle, wo einmal mehr die Polarisierung zwischen Realität und Illusion vollzogen wird. Huxleys Werk befasst sich durchgehend mit der möglichen Negativ-Utopie einer technisierten, kollektivierten Welt, in welcher das Individuum untergeht. Dass das Individuelle für die Generation Golf eine grosse Rolle spielt, und das Kollektibewusstsein nur solange akzeptiert wird, als das Kollektiv noch klein und erlesen genug ist, um von einer Insider-Gruppe zu sprechen, ist als eine der Schlüssel-Thematiken für die untersuchten Texte zu betrachten.³⁴² Somit ist die Anspielung auf die „Schöne neue Welt“ nachvollziehbar, und zwar nicht ironisch, sondern, trotz allem Streben nach Spass, als ernstgemeinte Referenz, welche auf das Negative einer technisierten (Dance,- und Technomusik) und kollektivierten (Massenanziehung durch eben diese Art von Musik) Welt verweist.

³⁴¹ Aldous Huxley: „Schöne neue Welt“ (1998).

³⁴² S.o.: „Snob-Effekt“ und „Happy Few“.

2.3.1.4.4. Hyperbel

Die Hyperbel, als semantische Figur der Substitution,³⁴³ wird im Folgenden als „Übertreibung des Ausdrucks in vergrößerndem oder verkleinerndem Sinne bei der Charakterisierung eines Objekts oder einer Eigenschaft“³⁴⁴ definiert.

[Die Hyperbel erweist sich] als besonders wirkmächtig sowohl im Bereich der Dichtung als auch in dem der literarischen Zweckformen (Rede, Werbung). Sie aktiviert die Einbildungskraft vermöge der ihr innewohnenden Energie und schafft dadurch die Voraussetzung für ein emotionales Beteiligtsein des Aufnehmenden.³⁴⁵

In diesen Punkten der „Aktivierung der Einbildungskraft“ und der dadurch geschaffenen „Voraussetzung für ein emotionales Beteiligtsein des Aufnehmenden“ liegt ihr starker emphatischer Charakter. Der Hyperbel können verschiedene Strategien dienen. In erster Linie sind es jene der Superlativierung in den Texten der Pop-Literatur.

2.3.1.4.4.1. Superlative

Innerhalb der Kategorie der Superlative gibt es wiederum mehrere Möglichkeiten, die Übertreibung zum Ausdruck zu bringen. In Bezug auf die Frage nach der Trias, dienen die Superlative allesamt der „Ausschliesslichkeit“, und zwar in dem Sinne, dass sie ausschliessen, dass dem dargestellten Objekt, oder der Verhaltensweise, eine positive (bei einer ins Negative gesteigerte Übertreibung) bzw. negative (bei einer ins Positive gesteigerten Übertreibung) Seite abgewonnen werden kann. Insbesondere wird in den untersuchten Texten von „hyperbolisierenden Entzückungswörtern, deren Wirkung mit Hilfe doppelter oder mehrfacher Prädikation (z. B. echt total + Adjektiv)“³⁴⁶ Gebrauch gemacht. Diese Prädikationen können auf unterschiedliche Art und Weise zustande kommen. In den Texten der Pop-Literatur dominieren die Steigerungsformen mittels superlativischen Adjektiven. Es sind dies insbesondere „extrem“,

³⁴³ Plett (1979), S. 260 bezeichnet die Hyperbel als „Similaritäts-Tropus“. Da jedoch in dieser Arbeit nicht zwischen rhetorischen Figuren und Tropen unterschieden wird, und die Frage nach der „Similarität“ in Bezug auf den emphatischen Charakter der Hyperbeln vernachlässigbar ist, wird nicht weiter darauf eingegangen.

³⁴⁴ „Sachwörterbuch der Literatur“, Gero von Wilpert, (2001), S. 361.

³⁴⁵ Plett (1991), S. 76.

³⁴⁶ Reinke in: Heringer, Hans Jürgen / Samson, Gunhild / Kauffmann, Michel / Bader, Wolfgang (Hg.): „Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache“ (1994), S. 298.

Es sei an dieser Stelle darauf hinweisen, dass der Ausdruck „Entzückungswörter“ dem Charakter der Mehrfachprädikation nur in einseitiger Weise gerecht wird. Der Ausdruck impliziert nämlich „Wohlgefallen“, also eine positive Bewertung, und berücksichtigt dabei nicht die negativ bewerteten Superlativa.

„absolut“, „abartig“, „grotesk“, „total“, „komplett“, „kolossal“, „unglaublich“ und als „adverbiale Bestimmung [...] meist salopp verstärkend“³⁴⁷ „völlig“ und „voll“, letzteres vor allem in „Abschaum“. Ebenfalls in diese Reihe gehört das Adjektiv „super“, jedoch mit dem Unterschied, dass dieses meist als Kompositum verwendet wird. Z. B.: „Sylt ist eigentlich super-schön.“ („Faserland“, S. 11), wobei „eigentlich“ als einschränkendes Moment dient. Gleich verhält es sich mit „superlässig“, „super-sexy“, „super-cool“ etc. Das gleiche Prinzip gilt auch für das abgewandelte Adjektiv „riesig“, das in der Form von „riesen-“ mit allen möglichen Adjektiven und Substantiven zum Kompositum gebildet werden kann, z. B.: „Riesenbett“ („Relax“, S. 17), „Riesentitten“ („Relax“, S. 139), „Riesenhalle“ („Soloalbum“, S. 85) etc.

Eine weitere Möglichkeit, hyperbolische Ausdrücke zu kreieren, liegt in den meist abgegriffenen, metaphorischen Adjektiven wie „höllisch“, „verdammt“, „antarktisch“, „sündteuer“, „abgrundtief“ etc. Im Vergleich zu den vorherig genannten kommt diese Art der Hyperbel jedoch weniger häufig vor.

All die bisher dargestellten Arten der superlativischen Hyperbel sind typisch für die Jugend³⁴⁸- und Mediensprache.³⁴⁹ Einfache, klassische Superlative wie „größtes“, „schönstes“, „bestes“ etc. kommen zwar in den Texten vor, jedoch in einer verhältnismässig geringen Häufigkeit. Dies mag daran liegen, dass sie im Vergleich zu den *kreativeren* und elativischen Mitteln, wie sie oben aufgeführt worden sind, weniger effektiv sind, einen niedrigeren Grad an Aufmerksamkeitserregung hervorrufen, was sowohl für die Jugend- wie auch für die Mediensprache unabdingbar ist.

Die Sprache in den Medien kommt mit den klassischen Steigerungsformen [Positiv, Komparativ, Superlativ] längst nicht mehr aus, denn neben *gut* gibt es längst *supergut* , dem folgt ein *supertoll* , und wenn auch das noch nicht reicht, greift der Medienfacharbeiter im Begeisterungstaumel in das oberste Sprachregal und schmückt seine Rede mit dem Superlativ aller Superlative: *supertollst!* ³⁵⁰

Zwei gesonderte Phänomene, superlativischen Inhalt zum Ausdruck zu bringen, sind in der Verwendung des adjektivischen und adverbialen „ziemlich“ und der Partikel „so“ zu finden. Nur für sich alleinstehend ist diesen beiden Vokabeln keine der Übertreibung dienende Bedeutung immanent.

³⁴⁷ Duden, Universalwörterbuch (2001).

³⁴⁸ Schlobinski / Kohl / Ludewigt (1993), S. 169-178.

³⁴⁹ Elitz in: Eichhoff-Cyrus / Rudolf Hoberg (2000), S. 143-154.

³⁵⁰ Ebd., S. 148. Auch hier wieder der Hinweis, dass nur die Aspekte einer positiven Steigerung erwähnt werden.

„Ziemlich“ bedeutet in der Umgangssprache „nicht gerade gering, beträchtlich“³⁵¹ und wird in den Texten der Pop-Literatur dazu verwendet, auf etwas hinzuweisen, was alles andere als nur „ziemlich“ im Sinne von „angemessen“, zu verstehen ist. Die Vokabel funktioniert somit hyperbolisch durch die Art eines „Understatements“,³⁵² z. B.: „Karin hat ziemlich blaue Augen. Ob das gefärbte Kontaktlinsen sind?“ (Faserland, S.10)

Durch die angehängte Frage „Ob das gefärbte Kontaktlinsen sind?“ wird deutlich, vor allem in der Vokabel „gefärbt“, dass das „ziemlich“ in diesem Beispiel auf jeden Fall im Sinne von „beträchtlich“ zu verstehen ist.

Die Vokabel „so“ erfüllt in der Funktion des Partikels³⁵³ in den Texten der Pop-Literatur vor allem zwei Funktionen. In erster Linie dient es sehr oft der Bestärkung eines nachfolgenden Adjektivs. „So schön / gut / groß / lustig / billig“ etc. (z.B. „Faserland“, S. 10, 32, 66etc.) und wirkt dadurch superlativisch. „So“ kann jedoch auch als Ausdruck einer Unsicherheit³⁵⁴, oder zumindest eines nicht genau definierbaren Zustandes, verstanden, und somit als abschwächendes Element angesehen werden, z. B.:

Der Himmel ist ganz groß und ich habe so ein Gefühl, als ob ich die Insel genau kenne. („Faserland“, S. 11)³⁵⁵

Die Mutter häuft mir immer mehr Fisch auf und Petersilienkartoffeln, und der Vater grinst mich immer so an und schenkt mir tatsächlich Weißwein nach [...] („Faserland“, S.28)

Allgemein sind die Texte der Pop-Literatur regelrecht überladen mit dieser Vokabel. Das mag daran liegen, dass die Texte mehrheitlich in einer Jugendsprache geschrieben sind, in welcher das „so“ eine dominante Rolle spielt, sowohl ausschliessend (superlativisch) wie auch einschränkend und abschwächend (Unsicherheit).

An mehreren Stellen ist bereits darauf aufmerksam gemacht worden, dass die Polarität zwischen Realität und Illusion für die Generation Golf eine wichtige Rolle spielt. Die Realität wird meist als unbefriedigend oder stärker noch als

³⁵¹ Duden, Universalwörterbuch (2001).

³⁵² Fricke / Zymner (1996), S. 40.

³⁵³ Es sei darauf hingewiesen, dass auf die Arten und Funktionen des „so“ als Adverb in dieser Arbeit nicht eingegangen wird, da diese nicht der zentralen Fragestellung nach der Polarisierung dienen. Es sind dies nach Duden, Universalwörterbuch: „so“ als Adverb der Art und Weise, „so“ als näher bestimmtes Maß, o. Ä., in dem eine Eigenschaft, ein Zustand o. Ä. vorhanden, gegeben ist.“

³⁵⁴ Reinke in: Heringer u.a. (1994), S. 299.

³⁵⁵ Man beachte an dieser Stelle die ironische Zitation der Dichtersprache der deutschen Romantik.

unzumutbar empfunden, was die Flucht in die Illusion zur Folge hat. Die Superlative können dazu dienen, die als unzulänglich empfundene Realität erträglicher zu machen:

[...] weil gerade die unaufhebbare und fruchtbare Spannung zwischen ‚Idealität‘ und ‚Realität‘ [...] zu verwischen versucht [wird] und so die ‚Realität‘ gegen den Widerspruch der ‚Idealität‘ immunisiert [wird]; denn die ‚superlativische Idealität‘ kommerzieller Wirklichkeits-Widerspiegelung hat längst die Funktion übernommen, die Unerträglichkeit von Wirklichkeit zu kompensieren, anstatt sie zu denunzieren[...].³⁵⁶

2.3.1.4.5. Ironie

Die Rhetorik bestimmt die Ironie als Tropus, der einen Ausdruck (Substituendum) durch einen semantisch entgegengesetzten Ausdruck (Substituens) ersetzt, und zwar in einer Weise, daß der ersetzte Ausdruck aufgrund bestimmter Signale [...] erkennbar ist.³⁵⁷

Diese Definition, welche die Ironie wie Plett³⁵⁸ als Figur der Substitution („Substituens“, „Substituendum“) bezeichnet, fasst die Begrifflichkeit der Ironie in der Form zusammen, dass das Gegenteil von dem gesagt wird, was eigentlich gemeint ist. Mir scheint jedoch wichtig, eine Ergänzung anzufügen, nämlich, dass die Signale, welche die Ironie entlarven, nicht klar determinierbar sind, sondern aus dem Kontext gelesen werden müssen.

Aus der Aussagesituation und dem Sinnzusammenhang wird man darauf hingelenkt, daß der Autor das Gegenteil von dem meint, was er sagt.³⁵⁹

Faulseit und Kühn erwähnen hier etwas, was bei vielen Definitionen nicht berücksichtigt wird, dass nämlich der Autor ein Signal liefert, und zwar im Kontext, welche die Ironie aufdecken soll. Die Ironie funktioniert erst dann, wenn sie vom Leser auch als solche verstanden wird. Da der Autor die Ironie intentional einsetzt, ist er somit daran interessiert, dass der Leser sie erkennt, denn „zur Ironie gehört das Ironiesignal; [...] man verstellt sich, gewiß, aber man zeigt auch, daß

³⁵⁶ Josef Kopperschmidt: „Argumentation. Sprache und Vernunft II“ (1980), S. 182.

³⁵⁷ Wolfgang G. Müller in: „RLW“, Bd. II, S. 185.

³⁵⁸ Plett (1979), S. 260.

³⁵⁹ Faulseit / Kühn zitiert nach Berg (1978), S. 82.

man sich verstellt.³⁶⁰ Von diesen Ausführungen ausgehend, ist die Ironie eng mit einer Art der Lüge³⁶¹ in Verbindung zu setzen.

Um zwischen „in“ und „out“ polarisieren zu können, sind Wertungen von Nöten. Dass diese in den Texten der Pop-Literatur reichlich vorhanden sind, dürfte im Verlauf der bisherigen Ausführungen deutlich geworden sein. In der Ironie nun geht es ebenfalls um Wertungen.³⁶² In den Texten der Pop-Literatur spielt die Ironie eine sehr wichtige Rolle, und zwar in vielen möglichen Formen, sei es als Ironie als solche (das Gegenteil des Gemeinten wird gesagt), Selbstironie oder auch in der Parodie, die teilweise verstärkt wird bis zu Spott. Immer geht es darum zu polarisieren, sei es durch Ein- und Ausschlüsse mittels Bewertungen, sei es durch „unterschiedliche Arten der Opposition“,³⁶³ durch Selbstironie, als Mittel der Distanznahme, und somit als abschwächendes Element oder sei es durch Parodieren im Dienste von Hohn und Spott, der auf jemanden oder etwas bezogen ist, das unmöglich (Ausschliessen) für akzeptabel befunden werden kann.

Die Ironie kann auch dazu verwendet werden, die Welt und das Leben für sich akzeptabler zu gestalten („Generation Golf“, S. 193).

Nach D. C. MUECKE (1982) gehören Ironie und Ernst zusammen. Dabei hat die Ironie eine korrigierende Funktion: sie schafft ein Gleichgewicht, wenn das Leben zu ernst oder nicht ernst genug genommen wird. Sie stabilisiert das Unstabile und bringt das zu Stabile ins Schwanken.³⁶⁴

Als das „Unstabile“ kann die Orientierungslosigkeit der Generation Golf aufgefasst werden. Das ständige Pendeln zwischen Realität und Illusion bietet nach dieser Aussage den idealen Boden, in den „weiten Armen der Ironie“ („Generation Golf“, S. 193) Zuflucht zu suchen vor dieser Unbeständigkeit. Nach dem Motto: „Lebe fröhlich, frisch und munter. Wie ein Frosch und geh nicht unter“ („Generation Golf“, S. 197) wird das Ziel der Generation Golf im gleichnamigen Werk als ständige Suche nach Annehmlichkeiten bezeichnet. Die Ironie dient als Mittel, den auftretenden Unannehmlichkeiten aus dem Weg zu gehen.

³⁶⁰ Harald Weinrich: „Linguistik der Lüge“ (1966), S. 60.

³⁶¹ Harald Weinrich (1966), sowie Edgar Lapp, „Linguistik der Ironie“ (1992), (S. 133-169) bieten beispielsweise ausführliche weiterführende Aspekte dazu.

³⁶² Martin Hartung: „Ironie in der Alltagssprache: Eine gesprächsanalytische Untersuchung“ (1998), S. 181-182.

³⁶³ Wolfgang G. Müller in: „RLW“, Bd. II, S. 185.

³⁶⁴ Hannele Kohvakka: „Ironie und Text: Zur Ergründung von Ironie auf der Ebene des sprachlichen Textes“ (1997), S. 31.

2.3.1.4.5.1. Parodie

Die meist verwendete Form der Parodie dient der Ironie. Wie bereits mehrfach erläutert, werden Haltungen und Verhaltensweisen von Personen, welche nicht zur „In-Gruppe“ (Ausschliessen) dazugezählt werden, als inakzeptabel (Ausschliessen) dargestellt. Die bisherigen Ausführungen haben gezeigt, dass dies in erster Linie durch unmissverständliche Wortwahl gewährleistet wird. Die Parodie nun bietet eine weitere Möglichkeit, teilweise spöttisch bis höhnisch das „Out“-Verhalten der „anderen“ zu skizzieren, und es durch die Parodie eben gerade als „out“ zu entlarven. So werden Meinungen und Verhalten der anderen beispielsweise mit den ironischen Vokabeln „schön“, „klasse“, „super“, „toll“ quittiert, obwohl genau das konträre Gegenteil gemeint ist, nämlich dass es eben gar nicht „schön“ etc. ist. Gern wird auch das Adverb „gerne“ dazu verwendet, das Verhalten eines Mitglieds der „Out-Gruppe“ parodistisch zu übernehmen, z. B.:

Lauter überwiegend schlechte Bands schicken einem pro Tag ungefähr 100 Kassetten. Dazu Bilder und Informationen. Gerne auch ganz besonders auffällig, in den übelsten Fällen sogar WITZIG präsentiert und verpackt. („Soloalbum“, S. 109)

Die Ironiesignale sind aus den negativen Komponenten des Kontextes herauszulesen: „schlechte Bands“, „in den übelsten Fällen“.³⁶⁵ Das, was an Musik ins Büro des „Ich“ eintrifft, ist auf keinen Fall nach seinem Geschmack, und wird somit zum „Out-Material“. „Gerne“ kann in diesem Kontext nur ironisch verstanden werden, ebenso das herausgehobene „WITZIG“.³⁶⁶ Beiden ironischen Merkmalen ist gemeinsam, dass sie nicht nur das Gegenteil von dem besagen, was eigentlich gemeint ist, sondern, dass sie gleichzeitig die Charaktere, in diesem Fall die Musiker, welche ihr Material hinschicken, imitieren und parodieren. Es wird vom „Ich“ angenommen, dass diese Charaktere das „gerne“ und „WITZIG“ machen und finden. Die Ausdrücke werden sozusagen als hypothetische indirekte Rede präsupponiert und parodiert. Insbesondere bei „WITZIG“, durch die auffällige, emphatische Art der Hervorhebung, ist das Ironiesignal deutlich.³⁶⁷

³⁶⁵ Betrachtet man „WITZIG“ in seiner ironischen Funktion und unter Berücksichtigung der zusätzlichen typographischen Markierung (s. u.: „Typographie“) als Steigerung der Negativität, könnte man an dieser Stelle auch von einer Art der „Klimax“ sprechen.

³⁶⁶ In „Soloalbum“ werden zahlreiche Ironiesignale durch Majuskeln, sowie durch Kursivdruck geliefert („Soloalbum“, S. 16, 24, 29, 46, 59, 60, etc.). Meistens sind diese graphischen Hervorhebungen gar nicht notwendig, da die Ironie aus dem Kontext deutlich wird. In diesem Sinne sind diese Hervorhebungen ganz klar als „emphatisch“ zu betrachten. S.u.: „Typographie“.

³⁶⁷ Harald Weinrich (1966), S. 61, erwähnt unter anderem „Kursivdruck“ und „Anführungszeichen“ als potenzielle Ironiesignale. Dem kann die „Grossschreibung“ ohne Weiteres hinzugefügt werden, zumal sie in „Soloalbum“ nicht ein sporadisch auftretendes

Meist wird die Parodie dazu verwendet, ein „Out-Verhalten“ zu verspotten, blosszustellen und dadurch ganz klar negativ zu bewerten. Die Bewertungen können den Geschmack betreffen (Musik, Kleidung, Aussehen etc.), politische Einstellungen sowie Verhaltensweisen. Stets werden die parodierten Leute aus der „In-Gruppe“ ausgeschlossen, stets wird das Verhalten der parodierten Leute als inakzeptabel (Ausschliessen) bewertet. Auch bei dieser Positionierung des Geschmack-Massstabes vertreten die Mitglieder der Generation Golf „Meinungen, die als Wahrheiten“³⁶⁸ ausgegeben werden.

Eine weitere Möglichkeit, ironisch, und spezifischer „spöttisch“ sich zu äussern, liegt in der Verwendung von Diminutiva. Als „Hühnchen“ werden beispielsweise jene bezeichnet, die entgegen der Laufbahn der Generation Golf „den seriösen [beruflichen] Weg beschritten haben“ („Soloalbum“, S. 87) und sich somit von der Spassgesellschaft³⁶⁹ der Generation Golf abgesondert, ausgeschlossen haben. Abgepackter Fertig-Kaffee wird als „in Alutütchen portionierter Kleinbürgercappuccino“ („Soloalbum“, S. 70) bezeichnet. Bei diesem Beispiel liegt das Ironiesignal nicht nur im Diminutiv (es wäre durchaus möglich, dass die Grösse Anlass dafür gegeben hätte), sondern vor allem in der Anspielung auf das „Kleinbürgertum“. Aus den bisherigen Darstellungen dürfte klar geworden sein, dass das „Kleinbürgertum“ nun gerade nicht als „in“ bewertet wird. Sehr deutlich kommt die Konterdeterminiertheit von Kontext und Ironiesignal im folgenden Beispiel zum Tragen:

[Ich] rede mit einem Volltrottel von einer Frauenzeitschrift. Er schreibt da über Platten. Er glaubt, das sei von Belang. Er weiß nicht, daß das die Witzecke des ansonsten humorfreien Anti-Feminismusblättchens ist. Er glaubt, er sei eine große Nummer, ein Multiplikator, und es sei interessant, sich mit ihm über neue Platten zu unterhalten. Er hat überhaupt keine Ahnung. („Soloalbum“, S. 172)

Die Rede ist hier von einem „Volltrottel“, der anscheinend keine Ahnung (Stereotypisierung) vom guten Geschmack hat, der nur glaubt „in“ zu sein, aber in den Augen des Ich-Erzählers das pure Gegenteil davon ist. Die Ironiesignale sind einerseits, immer vor dem Hintergrund der negativen Bewertungen, in der diminutiven Form des „Anti-Feminismusblättchens“ zu finden. Das Diminutiv impliziert, dass diese Zeitschrift vom Ich-Erzähler nicht ernst genommen wird, und somit der Kategorie der „Out-Zeitschriften“ zuzuordnen ist. Für diese Zeitschrift zu arbeiten impliziert notwendigerweise eine „Out-Bewertung“. Die

Phänomen darstellt, sondern zusammen mit dem Kursivdruck immer wieder in ähnlicher Weise der Ironie bzw. der Parodie dient.

³⁶⁸ Ballweg in: Thomas Schirren / Gert Ueding (Hg.): „Topik und Rhetorik: Ein interdisziplinäres Symposium“ (2000), S. 577.

³⁶⁹ S.u.: „Alltagsästhetik.“

zweite Art der Ironiesignale ist in den Behauptungen zu finden: „Er glaubt“ (2 Mal), „er weiß nicht“ und „er hat überhaupt keine Ahnung“. Auch hier werden hypothetische Meinungen des anderen präsupponiert, kritisiert und getadelt, während die eigene Meinung als ultimativer Geschmacks- und Gesinnungsindikator als unanfechtbar, oder zumindest ohne nennenswerte Einschränkung, präsentiert wird. In diesem Sinne ist dieses Beispiel, stellvertretend für viele ähnliche, einer Ironie des „Lob und Tadel“³⁷⁰ unterzuordnen. Nicht nur die Ironie jedoch dient dem Lob und dem Tadel, sondern die „In-“ versus „Out-Bewertungen“ insgesamt zielen darauf hin, einem epideiktischen³⁷¹ Text zu dienen, wobei die ausschliessenden, negativ bewerteten „Out-Elemente“ überwiegen.

Eine andere Form der Parodie, liegt in der Nachahmung gewisser „Out-Charaktere“.

Sie will über Sexismus und Gewaltverherrlichung in der neuen deutschen Komödie reden, wenn ich das jetzt richtig verstanden habe. Aber das war doch gerade gar keine deutsche Komödie! Das scheint egal. Gut, also Komödie, neuer deutscher Film, Hitlerjunge³⁷² Schweiger, diese Diskussion. Dann will ich aber auch spinnen und sage ihr, daß das ja alles sehr interessant sei für mich, weil ich vom Siemens Dialog-Center komme und mich mal so unter die Szene mischen wolle. Unter die Szene! Da guckt sie zunächst mitleidig bis angewidert. Aber sie ist schnell umzustimmen. („Soloalbum“, S. 33)

Dieser Abschnitt ist nur der Vorspann zu einer längeren Passage, in welcher der „Ich-Erzähler“ die Haltung und Sprache eines Siemens Dialog-Center-Mitarbeiters („out“) annimmt und parodiert. Dies tut er mit der Absicht, sich über die Gesprächspartnerin („out“) lustig zu machen,³⁷³ indem er ihr was vormacht, sie belügt, mit Erfolg, denn „so kriegt man diese Menschen immer“ („Soloalbum“, S. 34). Die Ironie ist in dieser Situation doppelt vertreten: einerseits durch das Parodieren eines Siemens-Mitarbeiters, andererseits durch die „Lüge“, mit welcher er sich auf Kosten der Gesprächspartnerin lustig macht, sie „verarscht“. Die Parodie wird an dieser Stelle für den Leser sichtbar, nicht aber für die involvierte Roman-Figur, die durch die „Lüge“ hinters Licht geführt wird. Hier wird parodiert und „gelogen“, um seinen Spass zu haben. Ein wirkliches

³⁷⁰ Berg (1978), S. 84.

³⁷¹ Plett: „Einführung in die rhetorische Textanalyse“ (1991), S. 15.

³⁷² Man beachte die Anspielung auf Hitlerjunge (Salomon) und Schweiger (Till) an dieser Stelle und die damit zusammenhängende Abwertung des Schauspielers, der ja allgemein von der weiblichen Fangemeinschaft durchaus „geschätzt“ wird.

³⁷³ Eine ähnliche Passage, in welcher „Out-Charaktere“ hinters Licht geführt werden, ist beispielsweise in „Abschaum“ (S. 168-174) zu finden. Dort wird ein als „Trottel“ (S. 168) und „Idiot“ (S. 170) bezeichneter Gefängnisinsasse „verarscht“ (S. 173), mit dem Ziel, dass die übrigen Mitglieder der „In-Gruppe“ sich „tot lachen“ (S. 171) können.

Interesse an der Gesprächspartnerin scheint nicht zu bestehen, ausser eben darin, dass sie als Auslöser eines Zeitvertreibs angesehen wird. Auch scheint der Ich-Erzähler seinen Spass dabei zu haben, der Person Hoffnung zu machen, dadurch, dass er ihr verspricht, sich wegen ihrer Broschüre, die „so schlecht kopiert ist, daß man kaum was lesen kann“ („Soloalbum“, S. 34) zu melden. Diese bezeichnet er als „Toll, hey, hey, richtig professionell [...]“ („Soloalbum“, S. 34), suggeriert jedoch genau das Gegenteil. Eine gewisse Verachtung gegenüber engagierten Charakteren dieser Art ist in der ganzen Passage herauszuhören. In dieser Verachtung liegt das ausschliessende Moment.

2.3.1.4.5.2. Selbstironie

Benjamin von Stuckrad-Barre Generell möchte ich feststellen, daß Selbstironisierung immer schlechte Produkte zur Folge hat. Selbstironisches Musikmachen oder Anziehen sind möglicherweise immer noch erklärbar, aber nie wieder gut. („Tristesse Royale“, S. 29)

Diese Meinung von Benjamin von Stuckrad-Barre mag eine Erklärung dafür liefern, warum zwar dem „Ich-Erzähler“ in „Soloalbum“ derart viele Parodien und spöttisch-ironische Passagen in den Mund gelegt werden, aber die Selbstironie gar nicht, oder nur sehr sporadisch, verwendet wird. Beim „Selbst“ scheint der Spass aufzuhören, der „Ich-Erzähler“ nimmt sich selbst ernst, in seinem ganzen Liebeskummer und in all seinen radikalen Haltungen und Meinungen.

Ganz anders verhält es sich beim „Ich“ in „Generation Golf“. Dort werden Ironie und Parodie auf andere weniger hervorgehoben als die Selbstironie. Ganz im Sinne einer Distanzierung³⁷⁴ von den eigenen Handlungen und Meinungen, werden diese hinterfragt und „ironisch gebrochen“ („Generation Golf“, S. 186). Das „Ich“ in „Generation Golf“ weiss um die „narzisstische Neigung“ der Generation Golf („Generation Golf“, S. 165, 196) zum Ziele des Spasses und nimmt sich und die ganze Generation Golf daher nicht so ernst („Generation Golf“, S. 164). Das Buch endet damit, dass das „Ich“ sich selbst, und sein Schreiben in Frage stellt, oder zumindest selbstironisch hinterfragt:

[...] und manche von uns schreiben schon mit 28 Jahren ein Buch über ihre eigene Kindheit, im eitlen Glauben, daran lasse sich die Geschichte einer ganzen Generation erzählen. („Generation Golf“, S. 197)

³⁷⁴ Hannele Kohvakka (1997), S. 31.

Im Gesamten finden in der Selbstironie die grössten Relativierungen (Abschwächen, Einschränken) der häufigen Radikalität (Ausschliessen) statt. Dass in „Soloalbum“ und „Faserland“ mit der Selbstironie deutlich sparsamer umgegangen wird als in „Generation Golf“, unterstreicht in diesem Sinne, was bereits aus den vorherigen Ausführungen deutlich geworden ist, dass nämlich die Ich-Erzähler in ersteren noch deutlicher zur Radikalisierung (Ausschliessen) tendieren als in letzterem. Auch in „Abschaum“ und „Relax“ werden deutlich weniger Elemente der Relativierung (De-Emphase) verwendet, als solche der Radikalisierung (Emphase). Selbstironie wird in diesen zwei Werken ebenso sparsam verwendet wie in „Faserland“ und „Soloalbum“.

Wenn man die Form betrachtet, so bilden vor allem „Faserland“ und „Soloalbum“ eine Einheit, während „Generation Golf“ deutlich ein anderes Ziel zu verfolgen scheint. In letzterem findet programmatisch das statt, was Baßler als „Archivierung“³⁷⁵ bezeichnet, und zwar in der reinsten Form: Während Christian Kracht und Benjamin von Stuckrad-Barre die Archivierung mehr oder weniger kunstvoll in eine Erzählstruktur zu verpacken versuchen, sind es bei Florian Illies Anekdoten, die erzählt werden, stets aufgehängt am Motto des jeweiligen Golf-Werbespruches, stets im Dienste einer Aufzählung jener Produkte, TV-Shows, Berühmtheiten, Meinungen und Haltungen, die für die Generation Golf von Wichtigkeit waren bzw. sind.

Im Zusammenhang mit den Superlativen ist bereits darauf hingewiesen worden, dass Übertreibungen nicht zuletzt dazu dienen, die Welt „idealer“ darzustellen. Die Ironie ihrerseits verfolgt, wie oben dargelegt, teilweise das gleiche Ziel; Wägenbauer bezeichnet die Übertreibungen als eines der möglichen Ironiesignale.³⁷⁶ Somit ergibt sich aus der Verwendung von Übertreibungen und Ironie eine doppelte Distanzierung der Realität zugunsten einer „Idealität“.

2.3.2. Fazit

Es hat sich gezeigt, dass die rhetorischen Figuren als Reizmittel der Gewinnnung von Sympathie und emphatische Zustimmung bei der angezielten Leserschaft dazu dienen. Dies immer vor dem Hintergrund der Polarisierung zwischen „in“ und „out“, mit dem Ziel auszuschliessen, was nicht für akzeptabel befunden wird, und somit jene Leute, die nicht dem „Geschmack“ der Generation Golf

³⁷⁵ Moritz Baßler (2002).

³⁷⁶ Wägenbauer, in: Fohrmann, Jürgen / Kasten Ingrid / Neuland, Eva: „Autorität der / in Sprache, Literatur, Neuen Medien: Vorträge der Bonner Germanistentags 1997“, Bd. 1 und 2, (1999), hier Bd. 1, S. 784.

entsprechen, auszuschliessen aus der „In-Gruppe“. Weiter ist, wie bereits bei den Verfahren der Argumentation, deutlich geworden, dass ausschliessende Elemente in vielfältiger und häufiger Weise vertreten sind als abschwächende und einschränkende Momente, welche eher punktuell, durch modifizierende Vokabeln vorkommen, oder etwas flächendeckender in der Selbstironie, dies jedoch nur in „Generation Golf“.

Es dominiert die Figur der Setzung und anschließenden Rücknahme, die aber doch immer nur als Pseudo-Rücknahme erfolgen kann, weil [...] die Urteile über bestimmte Zustände [Meinungen, Geschmäcker, Haltungen], sobald sie erst einmal dasteh[t], nicht wieder aus dem Roman und aus der Welt herauszubringen [ist].³⁷⁷

³⁷⁷ Baßler (2002), S. 176.

2.4. Emphatische Subjektivität zwischen Nähe und Distanz

2.4.1. Das mimetisch-diegetische Gefälle

Um im Sinne dieser Arbeit von „mimetisch“ und „diegetisch“ sprechen zu können, ist es nötig, im Vorfeld ein paar Begrifflichkeiten und Nuancen zu klären. Im Zeitalter der multiplen Realitäten lediglich von einer „unmittelbaren“ (mimetischen) und „mittelbaren“ (diegetischen) Unterscheidung bezüglich der Erzählung auszugehen, reicht natürlich nicht mehr aus. Bereits Gérard Genette hat in seiner „Erzähltheorie“ darauf hingewiesen, dass das mittelbare Moment der scheinbaren „Mimesis“ lediglich eine „Mimesis-Illusion“ sein kann.

Im Gegensatz zur dramatischen Darstellung kann keine Erzählung ihre Geschichte *zeigen* oder *nachahmen*. Sie kann sie nur möglichst detailliert, präzise oder *lebendig* erzählen und dadurch eine *Mimesis-Illusion* hervorrufen, die die einzige Form narrativer Mimesis ist, aus dem einzigen, aber hinreichenden Grund, weil alle Narration, mündliche sowohl wie schriftliche, sprachlicher Natur ist und weil die Sprache bezeichnet ohne nachzuahmen.³⁷⁸

In den untersuchten Texten herrscht ein hohes Bestreben nach mimetischen Momenten. Diese werden durch die verschiedenen rhetorischen Mittel der Emphase in ihrer unmittelbarsten Art erzeugt. Jedoch auch auf der Ebene der Redewiedergabe wird die mimetische Nähe-Illusion der diegetischen Distanz vorgezogen. Dies wird durch die zahlreichen Nachahmungen, versteckten Zitate, durch die Wiedergabe angenommener Haltungen (politisch, ästhetisch, generell) gewährleistet. Den Nähe erzeugenden Elementen im Dienste der Identifizierbarkeit des Rezipienten mit dem Text, stehen die zahlreichen Distanz erzeugenden Momente gegenüber. Gemäss Stanzel³⁷⁹ muss die „unterschiedliche Orientierungshaltung“ des Lesers mit einbezogen werden, wenn es um die Differenzierung der „episch-mittelbaren und dramatisch-unmittelbaren Darstellung“ geht. Durch den stark betonten emphatischen Gesamtcharakter der untersuchten Texte ist die Frage nach den Distanz generierenden Elementen besonders interessant. Es wäre anzunehmen, dass diese mittelbaren Momente im Sinne einer konsequent eingesetzten persuasiven Rhetorik maximal reduziert sind.

³⁷⁸ Gérard Genette: „Die Erzählung“ (1995), S. 117.

³⁷⁹ Franz K. Stanzel: „Theorie des Erzählens“ (1995).

Dies ist jedoch nicht der Fall. Hauptsächlich tauchen die „modalisierenden Wendungen“³⁸⁰ in „Soloalbum“ auf und zwar dort, wo der Erzähler sich die Blösse der Unsicherheit gibt. Dies geschieht in erster Linie an den Stellen, an denen hypothetische gedankliche Vorgänge der Mitmenschen antizipiert werden, um diese sogleich mit den modalisierenden Wendungen wie „vielleicht“, „wahrscheinlich“, „irgendwie“ zu relativieren. In Christian Krachts „Faserland“ wird die Partikel „so“ geradezu inflationär verwendet. Neben ihrer emphatischen Funktion im Dienste eines superlativierenden (z. B. so gross, so genial, so gut etc.) Elements, wird es zumeist als Demonstrativpronomen³⁸¹ benutzt. In dieser Funktion impliziert die Partikel eine sowohl mimetische wie stark emphatische Aussage. In ihrer Verwendung als modalisierende Partikel steht sie jedoch meist im Dienste einer Relativierung, sei diese zeitlich, inhaltlich oder räumlich. Die Tendenz, die Partikel „so“ in ihren verschiedensten Funktionen im Text auffallend oft zu verwenden, ist vor allem bei den Pop-Autoren Benjamin von Stuckrad-Barre und Alexa Henning von Lange zu beobachten und stammt aus der Umgangssprache,³⁸² wo das „so“ durch die Abnutzung seiner verschiedenen Nuancen grösstenteils als reines Füllwort eingesetzt wird.

2.4.1.1. Das Raum-Zeit-Gefüge

Bei der Art der emphatisch demonstrierten Subjektivität, wie sie in den untersuchten Texten bezüglich der Erzählinstanz zu beobachten ist, liegt es wiederum nahe, bezüglich des gewählten Tempus die mimetische Unmittelbarkeit zu erwarten. Gewährleistet wäre dies wohl am ehesten mit der Präferenz des Präsens. Abgesehen von ein paar wenigen Analepsen in „Faserland“ von Christian Kracht und ein paar mehr in „Soloalbum“ von Benjamin von Stuckrad-Barre herrscht tatsächlich Präsens vor. Zusammen mit der Ich-Erzählsituation ist damit das höchste Mass an Unmittelbarkeit gewährleistet. Jedoch wird das Moment der Unmittelbarkeit (Nähe) konsequent dort gebrochen (Distanz), wo die Emphase zu stark wird. So herrscht auf der Ebene der Tempuswahl ein Spannungsverhältnis zwischen Nähe und Distanz. Diese zwei Begriffe sind nicht anders zu verstehen denn als Variationen der Haupt-Dichotomie „Aus- und Einschliessen“. Aber auch auf einer theoretischen Meta-Ebene kann dieses Oszillieren zwischen Nähe und Distanz als Analogie zur Aufhebung der Grenze zwischen E- und U-Literatur

³⁸⁰ Genette (1995), S. 144.

³⁸¹ Im Sinne von „so beschaffen / geartet“ als Abbreviation von „solch“ zu verstehen, wodurch „der Sprecher / Schreiber ganz allgemein auf die Beschaffenheit (Qualität) [=Bewertung], oft auch auf den Grad (die Intensität) [vgl. Emphase] hin[weist]“. Diese Wörter haben demonstrative [=emphatische] Bedeutung [...].“ Duden, „Die Grammatik“ (1998), S. 280.

³⁸² Vgl. Duden, „Die Grammatik“ (1998).

bzw. Kultur verstanden werden, wie sie in den untersuchten Texten ad exemplum geführt wird.

In Bezug auf den Raum herrscht bei den Pop-Autoren allgemeine Vagheit bezüglich der geografischen Lage, abgesehen von Christian Krachts „Faserland“, das sich gerade dadurch auszeichnet, präzise Lokalangaben zu machen.³⁸³ In der Pop-Literatur insgesamt betrachtet jedoch bezieht sich der Ort, und damit der Raum, auf persönliche Erinnerungen. Es tauchen häusliche Räume auf, die im Detail bezeichnet und so aufs Höchste unmittelbar erfahrbar werden.

Es ist Samstag abend, ich sitze in der warmen Wanne [...] („Generation Golf“, S. 9)

Jetzt bin ich wieder zu Hause [...] („Soloalbum“, S. 98)

Die Jungs klingeln, und ich stehe in Unterhosen an der Tür. („Relax“, S. 10)

Nähe und Distanz stehen sowohl räumlich wie auch zeitlich im ständigen Spannungsverhältnis und sorgen dadurch für „Leerstellen“,³⁸⁴ die wiederum für die „Feldstruktur des Leserblickpunkts“³⁸⁵ und der damit zusammenhängenden Identifizierung des Lesers³⁸⁶ mit dem Text von grundlegender Bedeutung sind.

³⁸³ Von Sylt über Frankfurt, Bodensee, Zürich und Genf geht die Reise in Faserland. Wichtig sind dabei nicht nur die Städte und Orte, sondern in erster Linie die oft namentlich erwähnten Hotels, Restaurants und andere Schauplätze, welche mit ihrem Namen bereits für eine Fülle von Assoziationsbildern und den damit zusammenhängenden Kontexten sorgen.

³⁸⁴ Vgl. Wolfgang Iser, „Der Akt des Lesens“ (1994).

³⁸⁵ Ebd., S. 305.

³⁸⁶ Vgl. Teil II, „Alltagsästhetik“.

2.5. Typographie

Bereits bei einem oberflächlichen Durchblättern der Texte der Pop-Literatur fällt eine optische Komponente auf: die emphatische Typographie. Gemeint sind damit sowohl die zahlreichen Ausrufezeichen in „Soloalbum“ von Benjamin von Stuckrad-Barre und „Relax“ von Alexa Henning von Lange wie auch der Kursivdruck als Zitat-Markierung in „Generation Golf“ von Florian Illies, seltener bei „Faserland“ von Christian Kracht und in „Soloalbum“ von Stuckrad-Barre, dort allerdings nicht als Zitat-Markierung, sondern als parodierte Redewiedergabe³⁸⁷. Weiter gehört die Einklammerung in diese Kategorie der typographischen (Emphase-)Markierungen,³⁸⁸ zumal wenn sie in einer derart hohen Frequenz vorhanden sind, wie es in „Soloalbum“ der Fall ist. Im gleichen Werk, das bei weitem die meisten typographischen Emphase-Elemente aufweist, finden sich zusätzlich, und zwar in hoher Anzahl, Ausdrücke in Majuskeln. Im Folgenden werden diese zwei emphatisch stärksten typographischen Verfahren näher durchleuchtet: Majuskeln und Ausrufezeichen.

2.5.1. Majuskeln

Die Majuskeln werden fast ausschliesslich von Benjamin von Stuckrad-Barre als emphatisches Mittel verwendet. Bei den anderen Pop-Autoren tauchen sie gar nicht oder in einer verschwindend kleinen Häufigkeit auf. Am meisten sind sie in „Soloalbum“³⁸⁹ vertreten, aber auch in „livealbum“, „REMIX“ und „REMIX 2“ werden sie verwendet. Sie dienen verschiedenen Funktionen, nämlich als Erzähler-Kommentar im Sinne eines „Telling“,³⁹⁰ als parodierte Redewiedergabe, sowie, wie in den meisten Fällen, als einfache Superlativ-Markierung.

2.5.1.1. Erzähler-Kommentar

Dort wo der Erzähler seine unmissverständliche Stimme erheben will, werden die Majuskeln als Kommentare eingesetzt:

³⁸⁷ S. u. „Parodie“.

³⁸⁸ Vgl. Susanne Wehde, „Typographische Kultur. Eine zeichentheoretische und kulturgeschichtliche Studie zur Typographie und ihrer Entwicklung“ (2000), S. 95 ff.

³⁸⁹ „Soloalbum“ ist in Bezug auf die typographischen Emphase-Markierungen das Werk mit den meisten Elementen davon, sowohl in Bezug auf die Häufigkeit wie auch auf die Variabilität.

³⁹⁰ Gemäss Fricke / Zymner, „Einübung in die Literaturwissenschaft“ (1996).

Lustig ist, dass die Männer nie schreiben, was ihr eigentliches Motiv ist für diese Verzweiflungstat, sich da abbilden zu lassen (FICKEN), sondern immer „lange reden und kuscheln, viel Zeit haben füreinander, lange tanzen“. („Soloalbum“, S. 216)

Im „Leseakt“³⁹¹ wird durch eine solch massive Form des „Telling“ die Möglichkeit der Interpretation auf ein Minimum reduziert.³⁹² Es wird sich zeigen, dass dies eines von vielen Momenten im Dienste der Persuasion³⁹³ ist.

2.5.1.2. Parodierte Redewiedergabe

Im Zusammenhang mit den rhetorischen Figuren sind die Stichworte „Ironie“ und „Parodie“, als Mittel zur inhaltlichen Distanzierung der Figuren zu den Anti-Figuren, bereits gefallen. Im mimetisch-diegetischen Gefälle sind sie ebenfalls mit dem Begriff der Distanzierung in Verbindung gebracht worden. Diese Distanzierung nun wird wiederum mittels der emphatischen Majuskeln in einem optisch unverkennbaren Grad hervorgehoben und somit auch auf der ästhetischen Ebene betont.³⁹⁴ Wie weiter unten gezeigt wird, dient die Distanzierung als soziologisches Phänomen, das bei den Figuren der Pop-Literatur der Identitätsstiftung³⁹⁵ dient und somit existentiell ist. Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass sie im Text derart unmissverständlich markiert wird:

Und die Frauen achten so verbissen darauf, SINNLICH auszusehen, dass man umkippt vor Schadenfreude („Soloalbum“, S. 212)

Der Hinweis darauf, dass es sich bei „SINNLICH“ um eine Redewiedergabe handelt, liegt im Verb „verbissen“, das in seiner Semantik bereits die Distanzierung des Erzählers impliziert. Aber auch das Subjekt „Schadenfreude“ lässt unmissverständlich darauf schließen, dass mit der Bezeichnung „SINNLICH“ nichts anderes als die parodierte Meinung der besagten Frauen wiedergegeben wird.

³⁹¹ Vgl. Wolfgang Iser: „Akt des Lesens“ (1990).

³⁹² Vgl. „Leerstellen“ bei Wolfgang Iser (1970); s. u. „Autorschaft“.

³⁹³ S.u. „Autorschaft“.

³⁹⁴ Vgl. „Typographie als funktional-ästhetische Kategorie“ bei Susanne Wehde: „Typographische Kultur“ (2000).

³⁹⁵ S. u. „Alltagsästhetik“.

2.5.1.3. Superlative

Ganz im Sinne einer Rhetorik des Ausschlusses, werden die Majuskeln in superlativischer Funktion dort eingesetzt, wo der Superlativ an sich nicht auszureichen scheint. Dies kann der Fall sein, wo zusätzlich zum emphatischen Inhalt eine prosodische Sprechweise³⁹⁶ dargestellt werden soll:

Der Idiot an der Tür möchte uns unbedingt einen riesigen schwarzen Stempel geben, und als ich ihm sage, daß wir GANZ BESTIMMT NICHT wiederkommen, sagt er: - Trotzdem. („Soloalbum“, S. 162.)

Dieses „GANZ BESTIMMT NICHT“ macht im direkten Dialog nicht anders als stimmlich, also prosodisch, hervorgehoben Sinn, um die Deutlichkeit der Abneigung, diesen „Rockschuppen“ nochmals zu betreten, zu markieren.

An anderer Stelle werden die Majuskeln für die Partikel „so“ verwendet. Wie weiter oben dargelegt, wird diese Partikel sehr häufig in superlativischer Funktion eingesetzt. Dass sie zudem mit Hilfe der Majuskeln markiert wird, zeigt einmal mehr, wie wichtig das superlativische Element in der Sprache der Pop-Literatur ist:

Wir hatten Wein getrunken, und es kam mir vor, als hätte ich mich seit Jahren nicht mehr SO gelangweilt. Plötzlich schrie ich sie an, sie solle ENDLICH MAL WAS SPANNENDES sagen, es sei alles so langweilig, was mit uns passiere. („Soloalbum“, S. 184)

In diesem Zusammenhang kann das „SO“ nur als langgezogenes „soooo“ verstanden werden, was in anderen Literaturen gerade in Dialog-Sequenzen auch schon mal vorkommt. Die Tatsache, dass Benjamin von Stuckrad-Barre gerade an einer derart prosodisch offensichtlichen Stelle mit Majuskeln operiert, bestärkt die optischen Emphase-Bestrebungen und zeugt von einer gewissen Konsequenz in diesem Punkt. Ein sehr schönes Beispiel für optische Darstellung von Lautstärke³⁹⁷ bildet der zweite Teil des Zitates, wo die Prosodie durch das Verb „schreien“ als Lautstärke definiert wird.

³⁹⁶ Susanne Wehde: „Typographische Mündlichkeitsmerkmale“ in: „Typographische Kultur“ (2000), S. 133 ff.

³⁹⁷ Ebd.

2.5.2. Ausrufezeichen

Ich klingel, sage: „Hallo“ und meine Kleine schreit: „Hallo, du alte Ficksau!“ Super! („Relax“, S. 67)

Obwohl der Ausdruck „Ficksau“, gerade auch im Zusammenhang mit dem inhaltlichen Hinweis auf Emphase, der im Verb „schreit“ steckt, an emphatischer Kraft kaum zu übertreffen ist, wird diese zusätzlich mit einem Ausrufezeichen sowohl bestärkt³⁹⁸ wie auch gesteigert. Insgesamt sind die Dialoge in „Relax“ zu einem erheblichen Teil mit Ausrufezeichen versehen.

„Was machen wirn jetzt?“
 „Keine Ahnung! Was willst du machen?“
 „’n bisschen glotzen!“
 „Das is langweilig!“
 „Dann weiß ich’s auch nich!“
 „Wir könn ja rausgehn!“
 „Und dann?“
 „Spaziergang!“
 „Nee! Da laufen die ganzen Leute mit ihren Hunden rum!“
 „Macht doch nichts!“
 „Außerdem muß ich gleich los, zu Lenny!“
 „Hmhm!“ („Relax“, S. 64)

Eine scheinbar ganz normale Konversation, die sich dadurch als besonders herausstellt, dass nämlich kein einziger Satz mit einem Punkt endet. Es ist anzunehmen, dass diese auffällige Markierung als Hinweis einer prosodischen Sprechweise³⁹⁹ zu verstehen ist, die sich nicht nur durch die Verwendung von Kraftwörtern als emphatisch auszeichnet, sondern dementsprechend auch in ihrer Lautstärke.

Ganz anders werden die Ausrufezeichen in „Soloalbum“ eingesetzt. Dort

³⁹⁸ S.u.: „Sprachkritik“.

³⁹⁹ Vgl. Susanne Wehde (2000), S. 133 ff.

gelten sie als emphatische Markierung, und zwar im Sinne eines Erzähler-Kommentars⁴⁰⁰ („Telling“)⁴⁰¹ als eine Art Lese-Hilfe oder zumindest Lese-Hinweis, die auf jeden Fall gewähren sollen, dass die Rezeption durch den Leser sich mit der Ansicht des Erzählers deckt.⁴⁰²

Ich werde sie jetzt auch nicht mehr länger belästigen, sie wird schon sehen, was sie davon hat, gestern wieder mal ein finales Gespräch, schlimm war das, hätte alles keinen Zweck, sie würde mich ja lieben, eigentlich, aber nun sei eben alles danebengegangen, und ich (!) solle es ihr (!) doch BITTE nicht so schwer machen. („Soloalbum“, S. 69)

Und an anderer Stelle mit einer Art von klimaktischer Steigerung des Ausrufezeichens:

- Ein auf den ersten Blick „n paar Groschen für was zu essen“-Rufer, der allerdings (DIREKT VOR einem Supermarkt stehend!) ausgerechnet mich dann fragt, ob ich ihm aus dem Supermarkt eine Flasche Wasser (!) holen könne, er „bezahle das auch“ (!!), die Sache sei eben die, er stünde da jetzt gerade so gut (!!!). („Soloalbum“, S. 100)

In den Ausrufezeichen wird das wachsende Erstaunen des Erzählers gekennzeichnet. Allgemein erreicht Benjamin von Stuckrad-Barre mit diesem Verfahren, dass die Ansichten seines Erzählers ganz deutlich für den Leser sichtbar werden. Es ist anzunehmen, dass diese wiederkehrende insistierende Art des Telling im Dienste einer persuasiven Sprache⁴⁰³ steht.

Hinweise für eine Auslegung der Ausrufezeichen als typographische Markierungen im Zusammenhang mit einer „Typographischen Sprachkritik“⁴⁰⁴ findet sich an folgender Ausnahme-Stelle:

! Doch die Realität sieht anders aus! („Soloalbum“, S. 90)

Diese Aussage trifft der Erzähler im Kontext mit einer Anspielung auf Aldous Huxleys Werk „Schöne neue Welt“:

- Diese jungen Leute bereiten den Boden für Rekordumsätze in der Dancemusik. Dank ihrer Kreativität, ihrer unkonventionellen Herangehensweise und ihrer Hingabe starten jeden Monat Hitprojekte durch und gelangen an die Spitze der Hitparade. Schöne, schnelle, laute Welt. Alle haben gute Laune. („Soloalbum“, S. 90)

⁴⁰⁰ Gilt auch für die zahlreichen Einklammerungen.

⁴⁰¹ S.o., wie bei den Majuskeln

⁴⁰² Vgl. „Leerstellen“ bei Wolfgang Iser (1990), S.u. „Autorschaft“.

⁴⁰³ S.u. „Autorschaft“.

⁴⁰⁴ Vgl. Susanne Wehde (2000), S. 452 ff.

Aus dem Zusammenhang⁴⁰⁵ geht hervor, dass die gesamte Aussage nur ironisch zu verstehen ist. Die Distanzierung (Ironie) gipfelt im oben zitierten Ausruf zur „Realität“, die nämlich ganz anders aussieht:

- Erstens machen meine Projekte allesamt keinen Umsatz, zweitens bin ich nicht gutgelaunt, und drittens trägt das Idyll. („Soloalbum“, S. 90)

Das vermeintliche Versprechen der Musikindustrie wird nicht eingelöst und das eigene Glück bleibt auf der Strecke. Das „Idyll“ trügt. Das ist die Schlüsselszene, nicht nur von „Soloalbum“, sondern von der gesamten untersuchten Pop-Literatur: Die Versprechungen, medial gefördert und vermittelt, erhöhen die Erwartungen, die schlussendlich an den realisierbaren Möglichkeiten scheitern.

2.6. Fazit

Dieses Bewusstsein der Unzulänglichkeit der Realität und die damit verbundene Skepsis dieser gegenüber, betrifft auch die Sprache. Obwohl die Emphase bereits auf der Ebene der Wortwahl und Wortspiele⁴⁰⁶ in einer hohen Frequenz eingesetzt ist, wird auf der typographischen Ebene in einer ebenfalls grossen Häufigkeit mit emphatischen Mitteln operiert. Vor diesem Hintergrund kann von einer Art der Sprachkritik oder zumindest der Sprachskepsis gesprochen werden. Diese Behauptung muss im Kontext mit den weiter unten dargelegten Zusammenhängen von Pop-Literatur und „Avantgarde“ verstanden werden und tangiert nicht zuletzt das weite Feld der „Werbesprache“, die ohne den „zeichentheoretischen Paradigmenwechsel“⁴⁰⁷ am Anfang des 20. Jahrhunderts in dieser Form nicht denkbar wäre:

Die Revolutionierung der Typographie Anfang des 20. Jahrhunderts strebt die Mobilmachung sinnlich-visueller Bedeutungsvermittlung und Rezeptivität an. So stellt beispielsweise Schwitters der traditionellen „typographischen Anordnung“ des „üblichen verständlichen Ordnen“ ausdrücklich eine neue sinnesbasierte typographische Gestaltung gegenüber; das „übliche verständliche Ordnen“ könne nicht das Ziel der Werbegestaltung sein, denn, [so Schwitters], „sie ist für die Wirkung auf die Sinne des Betrachters belanglos und verfehlt ihren Zweck, weil zum Schluß alle Menschen doch nur mit den Sinnen und nicht mit dem Verstand etwas wahrnehmen können. Die Wirkung auf die Sinne aber erstrebt und erreicht die typographische Gestaltung durch

⁴⁰⁵ In „Soloalbum“ geht es in erster Linie um guten oder schlechten Geschmack in der Musik, und dieser Geschmack entspricht auf keinen Fall dem der monatlichen Hitparade.

⁴⁰⁶ Vgl. „Rhetorik-Analyse“

⁴⁰⁷ Susanne Wehde (2000), S. 453.

Vgl. dazu auch Harald Fricke, (1981), Kapitel „Graphische Abweichung).

Zusammenfassen der einzelnen Reize zu einer Komposition, die mit dem Auge und nicht mit dem Verstande betrachtet werden soll.“⁴⁰⁸

In Bezug auf die Texte der Pop-Literatur, allen voran auf jene von Benjamin von Stuckrad-Barre, lässt sich diese Aussage durchaus verifizieren. Sowohl durch ihre Quantität wie auch in ihrer optisch eindringlichen Art und Weise sind sowohl Ausrufezeichen, Kursivdruck und vor allem die Majuskeln ein sinnlich wahrgenommenes, unübersehbares ästhetisches Zeichen für Emphase, welche über die inhaltliche Emphase hinaus geht.

⁴⁰⁸ Ebd., und Schwitters zitiert nach Susanne Wehde (2000), S. 453.

Teil II: Autorschaft und Alltagsästhetik im Zeitalter der Massenmedien

Nach dieser ausführlichen Auseinandersetzung mit den rhetorischen Mitteln in den untersuchten Texten werden im Folgenden die Ergebnisse ausgewertet, vor dem Hintergrund sozioliterarischer Theorien und unter Berücksichtigung der notwendigen Interdisziplinarität des Untersuchungsgegenstandes, ausgewertet. Dabei bildet die Frage nach dem Subjekt im Zeitalter der Massenmedien allgemein, und dem Pop-Autor im Besonderen, in einem ersten Kapitel die Grundlage für die Auslegung. Im zweiten Kapitel dann wird der übergeordneten Frage nach der aktuellen Tendenz der Alltagsästhetisierung nachgegangen, welche sich reziprok auf das Subjekt (und somit auch auf den Autor) auswirkt.

1. Autorschaft im Zeitalter der Massenmedien

Um von Autorschaft im Zusammenhang mit der Pop-Literatur der 1990er Jahre sprechen zu können, ist eine massenmedial geprägte und an den polymedialen Charakter unserer Informationskanäle ausgerichtete Definition von Nöten. Die bisherigen Autor-Konzepte, angefangen beim anonymen mittelalterlichen Auftragsschreiber, dessen Emanzipation im Rahmen der bürgerlichen Revolution im 18. Jh. den Status des prometheischen Schöpfers (Goethe) erreicht, über den „Tod des Autors“ (Barthes) mit der nachfolgenden Frage „Was ist ein Autor?“ (Foucault) in den poststrukturalistischen Debatten der 1960er Jahre, bis hin zur aktuellen „Rückkehr des Autors“ (Jannidis u.a.), demonstrieren die Wandelbarkeit des Begriffs. Diese Wandelbarkeit steht eng im Zusammenhang mit den entsprechenden Reformulierungen bezüglich des Subjekts.⁴⁰⁹ Ohne die vielen Subjekt-Diskussionen, mit den damit verbundenen Umwälzungen bezüglich seiner Definition, wäre auch keine Neu-Positionierung des Autors möglich.

Autorschaft im postmodernen Zeitalter der Massenmedien hat es sich – entgegen der Kritik des Plagiats und Epigonalen – geradezu zum Programm gemacht, mit fremden (meist literarischen) Textquellen zu jonglieren, Neues aus Altem zu kreieren. Es ist symptomatisch für postmoderne Autoren, dass sie dem Anspruch nach Originalität nicht in einem traditionellen, klassischen, am Genie-Glauben haftenden Sinn nachkommen, sondern damit leben, dass es spätestens in unserem multioptionalen, globalisierten Zeitalter schlichtweg nicht mehr möglich ist, etwas komplett Neues zu erschaffen, ohne auf eine Quelle, welcher Art auch immer, bekannt oder unbekannt, verwiesen zu werden. Oder um es mit Norbert Bolz zu sagen:

Während sich die Vertreter der alteuropäischen Kultur ans Buchstäbliche der Literatur, an Diskursgewalten wie Autorschaft und Copyright und an Fetische wie Kreativität klammern, operiert man unter Medienbedingungen längst formal-numerisch und algorithmengeleitet.⁴¹⁰

Der multimedial intertextuelle Charakter der Pop-Literatur geht zwar nicht so weit, wie es in manchen „Hypertexten“⁴¹¹ der Fall ist. Im Hinblick auf die Prüfung, ob die untersuchten Texte tatsächlich als Pop-Literatur im

⁴⁰⁹ Zur Subjekttheorie empfehlenswert: Peter, v. Zima, „Das literarische Subjekt. Zwischen Spätmoderne und Postmoderne“ (2001). Zwar liegt der Focus der Ausführungen, wie der Titel es bereits sagt, in den entsprechenden Epochen. Zahlreiche ausführliche Rückblicke jedoch verschaffen darüber hinaus einen Überblick über die gesamte Entwicklung des Subjekt-Begriffs.

⁴¹⁰ Norbert Bolz: „Neue Medien“ in: „Information Philosophie 1“ (1994), S. 48.

⁴¹¹ Simone Winko, in: Jannidis u.a. (Hg.): „Rückkehr des Autors“ (1999), S. 513: „Unter *Hypertexten* sind nicht-lineare Text-Dateien zu verstehen, die sich aus einzelnen Informationseinheiten zusammensetzen“. Mehr dazu im Kapitel „Intertextualität“..

herkömmlichen Sinne zu verstehen sind, ist durchaus die Berücksichtigung theoretischer Ansätze aus den benachbarten Disziplinen rund um die Medien angebracht.⁴¹²

Das Ziel im Schreibprozess der besagten Autoren besteht nicht in der Originalität der Ideen, sondern in der Originalität ihrer Zusammensetzung, ihrer (Re-)Kontextualisierung, ihrem Re-Mix. Dieses Verfahren hat in der Pop-Literatur ihre eigene Definition im Begriff des Samplings⁴¹³ bekommen. Sampling bedeutet kurz: sammeln⁴¹⁴ und neu zusammensetzen. Bei einem solchen Schreibprozess ist lesen unabdingbar, und lesen bedeutet im Falle der Pop-Autor: Nicht nur Literatur, sondern die ganze Kultur lesen.

Für den Begriff der Autorschaft hat die doppelte Funktion des Autors, der zuerst „Leser“ und erst dann „Autor“ ist, eine enorme Wichtigkeit. Sie impliziert mit dem Focus auf den Leser eine neue Ebene in der Definition, welche von Weimar mit seiner Theorie der „Doppelten Autorschaft“⁴¹⁵ angedacht worden ist. Auch Barthes und Foucault mit ihren radikalen Absagen an den Autor haben dazu beigetragen, denn ohne die Totsagung des Autors hätte es den Leser in der heutigen Form nicht gegeben: Die Totsagung des Autors hat direkte Folgen für die Emanzipation des Lesers gehabt. Dieser aber ist, wie eben dargelegt, gerade die Voraussetzung postmoderner Autorschaft allgemein, und insbesondere für einen Pop-Autoren, aus den genannten Gründen der potenzierten „Lesearten“.

Aber nicht nur was die Frage der Originalität im Sampling betrifft, weisen die Autoren der Pop-Literatur durchaus Parallelen zum romantischen Autor auf.⁴¹⁶ Ihre Selbstinszenierung, als Teil eines angestrebten Personenkultes, steht den Bemühungen der Selbstdarstellungs-Formen im Zeitalter des Geniekultes in nichts nach. Bot im späten 18. Jahrhundert noch die Politik die grösste öffentliche Schaubühne, von welcher aus die Autoren sich in emanzipatorischer Weise von der Anonymität eines von Mäzenen und dessen Namen abhängigen Schriftstellertums befreien, ist bei den Pop-Autoren die Ästhetik sowohl Motor wie auch Ziel ihrer Selbstdarstellung als Figuren des öffentlichen Lebens. Dass das Streben nach öffentlicher Dauerpräsenz nur mit multimedialer Hilfestellung

⁴¹² Vgl. Teil I, „Pop-Literatur“ und „Pop-Literatur der 1990er Jahre“ sowie Teil II „Schlusswort“.

⁴¹³ Beispielsweise in: Thomas Ernst: „Popliteratur“; Johannes Ullmaier: „Von Acid nach Adlon“. Der Begriff stammt aus der Musikszene, de facto als Bezeichnung für die Verwendung von Teilen einer musikalischen Aufnahme in einem neuen musikalischen Kontext. Dieser Vorgang wird von einem DJ durchgeführt. Näheres zum Begriff des „Sampling“ s.u..

⁴¹⁴ Die ausführlichste Arbeit zum Phänomen des „Sammelns“ und „Archivierens“ als eines der Hauptmerkmale der Pop-Literatur, hat Moritz Baßler mit seinem Werk: „Der deutsche Pop-Roman. Die neuen Archivisten“ geliefert.

⁴¹⁵ Klaus Weimar: „Doppelte Autorschaft“ in: Jannidis u.a. (1999): „Rückkehr des Autors“, S. 123-135.

⁴¹⁶ Vgl. Andreas Pfister: „Der Autor in der Postmoderne. Mit einer Fallstudie zu Patrick Süskind“. Fribourg (2005). <http://www.ethesis.unifr.ch/theses/downloads.php?file=PfisterA.pdf>

möglich ist und letztere sich um ihre eigenen Ziele und Vorgaben bemüht, hat wiederum reziproke Auswirkungen, wie die Analyse zeigen wird.

Ein weiterer Aspekt, dem spezielle Beachtung zollt, betrifft das weite Feld rund um die Vermarktung, welche sowohl die Werke wie auch die Autoren selber betrifft. Pop-Autoren wie Benjamin von Stuckrad-Barre, Christian Kracht, aber auch Florian Illies und Alexa Henning von Lange, suchen gezielt die Zusammenarbeit mit den Medien. Gerade beim bekanntesten der Pop-Autoren⁴¹⁷ Benjamin von Stuckrad-Barre, geht die Vermarktungsstrategie so weit, dass er in einem ersten Schritt die Verwischung und Vermischung von Leben und Werk, Figuren und Autor, primärer und sekundärer Realität geradezu heraufbeschwört. Diese fast schon romantische Idee der Ganzheit des Künstlers selbst als Werk führt jedoch im Falle von Benjamin von Stuckrad-Barre zu seinem kurzfristigen Untergang, bei dem der Autor als scheinbar letzte Rettung zu Drogen greift, um die Kontrolle wiederum in der Ess-Brehsucht wiederzufinden.⁴¹⁸ Das Fazit eines solchen Lebens als Künstler und Kunstwerk zugleich liest sich dann auch weniger glorreich: „Ich lebe das Buch, das es nur so [in der Sucht] geben kann“.⁴¹⁹

Dass im Falle von Benjamin von Stuckrad-Barre das heraufbeschworene romantische Konzept der Selbstinszenierung zum Scheitern verurteilt ist, bedeutet nicht, dass es aus theoretischer Sicht an Relevanz verliert. Ganz im Gegenteil: Hier wird ein vergangenes Autorkonzept ganz im Stile postmoderner Verfahren aus der Schublade gezogen, mit dem Anspruch, es im Zeitgeist wiederbeleben zu können. Das Scheitern dieser ehemals doch beachtlich erfolgreichen Strategie hat weniger mit den Texten als vielmehr mit den unberechenbaren Auswirkungen massenmedialer Präsenz zu tun: Hier scheitert nicht der Text am Publikum, sondern der Autor an seiner eigenen Erschaffung. Das Publikum selbst fordert natürlich heutzutage generell, und im Falle eines Pop-Literatur-Publikums umso mehr, die mediale Greifbarkeit der Autoren selber. Die Medien arbeiten für die Quoten wiederum genau mit diesem Anspruch des eigenen Zielpublikums und

⁴¹⁷ Die Tatsache, dass Benjamin von Stuckrad-Barre als bekanntester Pop-Autor titulierte wird, resultiert in erster Linie aus einer dank der Medien genau kalkulierten Pressearbeit im Dienste einer gezielten Selbstinszenierung.

⁴¹⁸ Vgl. Claudia Tieschky im Interview mit dem Autor in: „Live in der Hölle“. „Süddeutsche Zeitung“, Nr. 125 (2004), sowie die Aussagen des Autors zu den Themen Sucht und Selbsterstörung im Film von Herlinde Koelbl „Rausch und Ruhm“.

⁴¹⁹ Benjamin von Stuckrad-Barre, zitiert von Georg Diez in: „Der seltsame Weg des Benjamin von Stuckrad-Barre: Von der Schwierigkeit, mit der Gegenwart auf Augenhöhe zu bleiben“ in: „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“ vom 04.04.04, Nr. 14, S. 19.

Dabei sei hier und an folgenden Stellen, an denen die Pop-Autoren, auch im Rahmen ihrer Arbeit an „Tristesse Royale“ zitiert werden, dahingestellt, ob die zitierte Aussage der tatsächlichen privaten Meinung des jeweiligen Autors entspricht, oder ob die Äußerung der Betreffenden in Funktion der Figur-Rolle und Lebensweise, die sie im medialen Betrieb übernommen haben, zu verstehen ist. Zur Begründung dieser In-Differenziertheit vgl. die Ausführungen im Teilkapitel „Leser als Teil einer Wirkungsästhetik“, beruhend auf Fotis Jannidi's Beitrag in: Heinrich Detering: „Autorschaft. Positionen und Revisionen“ (2002), S. 540-557.

forcieren die Präsenz mit Hilfe von Klatsch und Tratsch und anderen Anekdoten aus dem Leben der Autoren. Diese haben die Möglichkeit, mitzugehen oder sich zurück zu ziehen. Bei den Pop-Autoren kann in der Regel aufgrund der biografischen wie auch generationsbedingten Disposition von einer grösseren Toleranz für eine Transparenz ihres Lebens durch die Medien ausgegangen werden. Wenn diese Bestrebungen nach Öffentlichkeit, dieser „Hunger nach intensivem Leben“⁴²⁰ über die Kapazitäten der realen Personen hinausgehen, scheitert das „Experiment“⁴²¹ und der Autor muss vor der eigenen medial übersteigerten Fiktion kapitulieren.

1.1. Prämissen

Ausgangspunkt aller folgenden Thesen ist die Prämisse, dass die sogenannte „Virealität“ als eine Vermengung von erster und zweiter Lebenswelt⁴²² eine Realität im herkömmlichen Sinn verabschiedet:

Der Gegensatz zwischen Natur und Kultur, dem Natürlichen und den in der Natur vorkommenden Phänomenen, Organismen, Bestandteilen, und den von Menschen geschaffenen, künstlichen Produkten, scheint sich zunehmend aufzulösen und in einer *Virealität*, einer Verschmelzung von Virtualität und Realität aufzugehen.⁴²³

Im 18. Jh. galt der Künstler allgemein als Prototyp des autonomen Subjektes. Im Zeitalter des „anything goes“, das in den 1990er Jahre seinen Höhepunkt erreichte, muss eine solche Idee zum Scheitern verurteilt sein, denn wenn alles möglich ist, dann kann auch jedes Subjekt ein Künstler sein, und wenn alle Künstler sind, dann ist gleichsam keiner einer. Der Schlussfolgerung liegt die Beuys'sche Aussage „Jeder Mensch ist ein Künstler“ zugrunde. Um vor diesem Hintergrund als Autor aus der Masse der Autoren heraus zu ragen, müssen sowohl auf künstlerischer Ebene wie auch durch die Vermarktung der eigenen Person als

⁴²⁰ <http://www.wdr.de/tv/menschen-hautnah/archiv/2004/06/02.phtml>

⁴²¹ Benjamin von Stuckrad-Barre über seine Selbstversuche, zitiert von Claudia Tieschky in: „Live in der Hölle“. „Süddeutsche Zeitung“, Nr. 125, Seite 17: „Ich habe das Okular soweit aufgedreht, dass alles Experiment ist“ [auch er selbst als Autor, Person beziehungsweise Figur wird zum Experiment. Die Grenzen zwischen diesen drei Entitäten verschwinden].

⁴²² Als erste oder primäre Welt wird als objektive oder Lebenswelt betrachtet, die allgemein als real definiert ist im Unterschied zu den zweiten oder sekundären Lebenswelten, welche allgemein mit Kategorien wie Irrealität oder Fiktionalität beschrieben werden. Zu der ersten Lebenswelt gehören Erfahrungen, Geschehnisse, Erlebtes etc., während typisch sekundäre Lebenswelten in den Bereichen Traum, Literatur, Film und allen anderen medial vermittelten Arten von Leben und Lebensmomente zu finden sind.

⁴²³ Helga Nowotny: „Unersättliche Neugier“ (2005), S. 44.

Künstler neue Wege gegangen werden, die ins Ausseits führen können, wie das Beispiel von Benjamin von Stuckrad-Barre zeigen wird.

1.2. Der Autor: ein weites Feld

1.2.1. Der Autor aus literaturgeschichtlicher Sicht

Im 18. Jahrhundert, als im Zuge der Aufklärung die bürgerliche Revolution für die Emanzipation des Subjekts sorgt, steigt konsequenterweise⁴²⁴ auch der Autor endgültig aus dem Schatten seines Mäzens und stellt sich selbständig der Öffentlichkeit. In den meisten Fällen handelt es sich dabei um Figuren des öffentlichen Lebens,⁴²⁵ die ihr Schaffen in den Dienst einer Ideologie stellen, um diese künstlerisch durch Propaganda zu verbreiten. Ein Pop-Autor ist politisch weit davon entfernt, solche Ziele mit seiner Literatur anzustreben, wird doch den Pop-Autoren immer wieder von der Literaturkritik eben genau politisches Desinteresse vorgeworfen. Und dennoch herrschen Parallelen: Was Voltaire und andere Zeitgenossen politisch motivierte, ist bei den Pop-Autoren ästhetisch motiviert. Die Vehemenz und Radikalität, mit welchen die eigenen Standpunkte für einzig wahr verkauft werden, bleibt die gleiche. Insgesamt hat die Säkularisierung der Werte dahin geführt, dass bei den Autoren der Pop-Literatur die (Alltags-)Ästhetik an oberster Stelle steht. Der Glaube gilt nicht länger einem oder mehreren Göttern, dieser oder jener Partei, sondern dem Schönen. Dass Schönheit genauso unmöglich interpersonal definierbar ist wie Glaubenssätze beweisbar und politische Parolen glaubhaft sind, spricht für das Bedürfnis nach Grenzen, hier als geistige Grenze, auch und gerade im Zeitalter der Grenzenlosigkeit. Bezüglich des dogmatischen Potenzials eines ästhetisch motivierten Wertesystems besteht den ersetzten Wertesystemen von Religion und Politik gegenüber in keiner Weise ein Manko. Ganz im Gegenteil: mit der einfachen Bewertung von „in“ und „out“ aufgrund ästhetischer Urteile, wird unser dualistisch geprägtes Wertesystem auf seine bisherige Spitze getrieben. Die grösste Differenz zu vergangenen Wertesystemen liegt in der Nachhaltigkeit der Dogmen: In der christlichen Tradition über 2000 Jahre bestärkt, in der Politik

⁴²⁴ Die Emanzipation des Subjektes zieht automatisch die Emanzipation des Autors nach sich. Auf die Koinzidenz von Subjekttheorie und Autortheorie hat auch schon Andreas Pfister in seiner unlängst online publizierten Dissertation „Der Autor in der Postmoderne“ hingewiesen. <http://ethesis.unifr.ch/theses/downloads.php?file=PfisterA.pdf>

⁴²⁵ Boris Tomaševskij: „Literatur und Biografie“ in: Jannidis u.a. (2003), S. 49-65.

zumindest in Wahlperioden messbar, geht es bei der Dogmatisierung mittels Alltagsästhetik um der Schnelllebigkeit der Informationen in unserem Zeitalter entsprechende kurzlebige, aber umso extremere Ausmasse der Doktrin.

1.2.2. Der Autor aus literaturtheoretischer Sicht

Insgesamt herrscht in der Literaturwissenschaft sowohl methodologisch wie auch theoretisch nach Barthes Aufsatz vom „Tod des Autors“ (1968) je länger je mehr Uneinigkeit bezüglich der Relevanz und Funktion des Autors. Immerhin beweisen Werke wie „Texte zur Theorie der Autorschaft“ und „Die Rückkehr des Autors“ von Jannidis u. a., dass die Autor-Instanz trotz aller Kritik noch lange nicht, oder zumindest nicht länger, als erledigt betrachtet werden kann. Bei der Behandlung von Texten der Pop-Literatur, in welchen sich die Autoren geradezu neu definieren, oder umgekehrt, durch welche der Autor von seinen Lesern definiert wird, bildet die Frage nach dieser umstrittenen Instanz natürlich einen zentralen Punkt. Wenn Autoren die grossflächige Berichterstattung der Medien dazu (be)nutzen, zusätzlich zu ihren professionellen Interviews bewusst das private Leben und dessen Abgründe als Folge der Autor-Existenz zu thematisieren,⁴²⁶ dann muss einem autobiografischen Bezug Rechnung gezollt werden. Ohne an dieser Stelle näher auf die herrschenden Unstimmigkeiten und Gegensätze bezüglich der Autor-Theorie einzugehen,⁴²⁷ wird im Folgenden die Wahl der Ansätze erläutert.

Ein russischer Literaturwissenschaftler aus dem Kreise der Russischen Formalisten, Boris Tomaševskij, hat in seinem Traktat über den Zusammenhang von Literatur und Biografie aus dem Jahre 1923 auf die Notwendigkeit eines biografischen Kontextes hingewiesen, der von Fall zu Fall neu entschieden werden müsse.⁴²⁸

Offensichtlich kann die Frage nach der Biographie in der Geschichte der Literatur nicht in gleicher Weise entschieden werden. Wenn es Schriftsteller mit Biographie gibt, so gibt es auch Schriftsteller ohne Biographie. Für Letzteren eine Biographie zu erfinden, hiesse, eine Spottschrift oder Denunziation zu schreiben [...]. Bei einem Schriftsteller mit Biographie dagegen ist die Berücksichtigung seiner Lebensfakten notwendig, weil die

⁴²⁶ Benjamin von Stuckrad-Barre hat in zahlreichen Interviews Aussagen zu Sucht, Selbstsucht und deren Zerstörungsmechanismen gemacht. Am Eindringlichsten wohl in der Verfilmung von Herlinde Koelbl „Rausch und Ruhm“.

⁴²⁷ Zentral dazu die Werke: „Texte zur Theorie der Autorschaft“ (2003) sowie „Die Rückkehr des Autors“ (1999), hg v. F. Jannidis u.a., welche einen guten Überblick über die Debatten verschaffen und zur weiteren Vertiefung über entsprechende Literaturangaben verfügen.

⁴²⁸ Diese Aufforderung, den Autor für die Textinterpretation zu berücksichtigen, ist gerade für den Russischen Formalismus überraschend, fordert dieser ja insgesamt eine streng textimmanente Analyse.

Gegenüberstellung der Texte und der Biographie des Autors wie auch das Spiel mit der potentiellen Realität seiner subjektiven Herzensergüsse und Bekenntnisse in seinen Werken eine konstruktive Rolle spielen. Doch diese für den Literaturhistoriker notwendige Biographie ist keine Personal- oder Untersuchungsakte, sondern die vom Autor selbst geschaffene Legende seines Lebens, die allein ein literarisches Faktum darstellt.⁴²⁹

Ohne in den folgenden Ausführungen den Theorien der Russischen Formalisten oder dem sich daraus ergebenden Strukturalismus verhaftet zu bleiben, so trifft obiges Zitat doch den Kern einer Problematik, die bis zum heutigen Zeitpunkt ungeklärt bleibt: Welche Rolle darf aus literaturtheoretischer Sicht dem Autor zugesprochen werden.⁴³⁰ Was die Pop-Autoren insgesamt und den Pop-Autor Benjamin von Stuckrad-Barre insbesondere anbelangt, trifft Tomaševskijs Zitat den Kern: Dem selbstinszenierten⁴³¹ Leben eines Autors, der jenes in den Dienst der Vermarktung seines Werkes setzt, wird, trotz vorhandener Gegenargumente, ganz besonderes Interesse gewidmet, um nicht Gefahr zu laufen, an den intentionalistischen Zielen der Texte, ihrem Potenzial und deren Wirkung vorbei zu analysieren.

Im Gegensatz dazu steht die Form der biografischen Inszenierung im Dienste des Gesamtkunstwerkes, wie sie beispielsweise bei Voltaire⁴³² vollzogen wurde. Im Falle der Beschäftigung mit Texten der Deutschen Pop-Literatur der 1990er Jahre unter der Prämisse eines Realitäts-Verlustes zugunsten einer Vermengung derselben mit den verschiedenen Ausprägungen von Virtualitäten,⁴³³ stellt sich neben der Beschäftigung mit der autorintentionalistischen Bedeutungskonzeption die eng damit verbundene Frage nach dem fiktionalen Status der Texte. Das Kernproblem bezüglich der Fiktionalität in der Pop-Literatur bezieht sich in erster Linie auf die Intertextualität. Eine Literatur, die es sich geradezu zum Programm gemacht hat, intertextuell zu sein, ist in ihrem Fiktions-Gestus insofern zweischneidig, da sie einerseits aus realen Zitaten besteht und insofern als nicht-fiktional bezeichnet werden kann, und andererseits in der Machart der neuen Zitaten-Vermengungen geradezu fiktionalisierend wirkt. Diese Art der Mischung aus Fiktion und Realität bringt auf den Punkt, was Nowotny als Virealität bezeichnet, und entspricht ganz den gegebenen gesellschaftlichen Umständen, ohne die eine Pop-Literatur, wie wir sie vorfinden, nicht denkbar wäre. In diesem Sinne widerspiegelt sich in der Frage nach der Fiktionalität genau jene Problematik, welche die Pop-Literatur an sich erst

⁴²⁹ Boris Tomaševskij: „Literatur und Biografie“ in Jannidis u.a. (2003), S. 49-65, hier S.61

⁴³⁰ Gemäss Jannidis u. a.: <http://iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/autor-inhalt.html>

⁴³¹ Darauf wird im Zusammenhang mit den Mechanismen der Vermarktung in Kapitel 2 ausführlicher eingegangen.

⁴³² Tomaševskij: „Literatur und Biografie“ in: Jannidis u.a. (2003), S. 49-65 hier S. 52 ff.

⁴³³ Wie weiter oben gemäss Nowotny (2005) definiert.

möglich gemacht hat und als Auswirkungen unserer massenmedial geprägten Lebenswelt zu sehen ist.

Gemäss Jannidis / Lauer / Martinez / Winko potenziert sich in einer Untersuchung der autorintentionalistischen Ansätze und des fiktionalen Charakters der Texte die theoretische Problematik der Autorschaft, denn:

Nach wie vor offen ist etwa die Frage, welche Bedeutungskonzeptionen ein intentionalistisches Autorkonzept fordern und welche mit ihm unvereinbar sind. Eng mit dem Intentionalitätsproblem hängt die Frage zusammen, welche Bedeutung für Bestimmung und Verwendung des Autorkonzepts der fiktionale Status der meisten literarischen Texte hat.⁴³⁴

Da es sich bei den untersuchten Texten um rhetorisch aufgebaute Arbeiten handelt, die ein klares Sozialisierungs-Ziel im Sinne einer gesellschaftlichen Positionierung des Individuums zwischen Abgrenzungs- und Identifizierungsmechanismen anstreben,⁴³⁵ muss die Frage nach der autorintentionalistischen Bedeutungskonzeption auf eine Untersuchung des sozialen Wirkungskreises, in welchem solch geartete Texte auf fruchtbaren Boden fallen, ausgeweitet werden. Einen solchen Ansatz findet sich beispielsweise in der Rezeptionsästhetik (Iser, Jaß). Theoriegemäss liegt hierbei der Focus auf dem Leser. Weimars Theorie der „Doppelten Autorschaft“ liefert an dieser Stelle die Schablone für eine reziproke Definition des „Doppelten Lesers“.⁴³⁶

Es überrascht sicherlich nicht, dass gerade die Literatursoziologie Ansätze liefert, die mit ihrer Orientierung an gesellschaftlichen Strukturen und entsprechenden Kommunikationsmodellen der Machart der Pop-Literatur⁴³⁷ am ehesten gerecht werden.

Ein vergleichsweise unproblematisches Verhältnis zum ‚Autor‘ zeigt die Literatursoziologie, da sie seit ihren Anfängen den empirischen Autor immer schon als durch die Gesellschaft bedingt gesehen hat und damit die Kritik herausfordernde Überlastung des Begriffs vermieden wurde. Für zahlreiche Aufgabenfelder der Literatursoziologie erweist sich der Autorbegriff daher auch als unproblematisch: Untersucht werden die soziale Herkunft von Autoren und ihre Haupt- und Nebenberufe; analysiert werden das finanzielle Einkommen von Schriftstellern, ihre soziale Stellung, ihr Zugang zu gesellschaftlichen Ressourcen und nicht zuletzt die Entwicklung der Rechtsprechung zu Fragen des geistigen Eigentums sowie deren Abhängigkeit von allgemeineren Annahmen über die Autorschaft. Insbesondere dieser letzte Aspekt, das gesellschaftliche Bild vom Autor, das Autoren in der Selbstbeschreibung verwenden oder befehlen weist zwar in den letzten 150 Jahren zahlreiche Rückkoppelungen mit der Fachgeschichte auf, lässt sich aber ohne begriffliche Probleme untersuchen, da es stets

⁴³⁴ <http://iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/autor4.html>; Abschnitt 4, Anmerkungen 66 und 67.

⁴³⁵ Die soziologischen und literar-soziologischen Hintergründe und Ausführungen dazu sind im entsprechenden Kapitel 2 dargelegt.

⁴³⁶ Zur Begriffsbestimmung s.u.

⁴³⁷ Unter Machart ist hier der sozial-realistische Charakter der Pop-Literatur gemeint.

um den Autorbegriff auf der Objektebene der Untersuchung geht und keine voraussetzungsvollen Annahmen auf der Metaebene gemacht werden müssen.

Problematischer und auch viel umstrittener ist die Konzeptualisierung des Zusammenhangs zwischen literarischen Texten und Gesellschaft. Es besteht zwar weitgehend Einigkeit darüber, daß der >Autor< eine wichtige Rolle dabei spielt, aber ob er als »ein Strukturbündel aufgefaßt wird, das auf ästhetische, ideologische und soziologische Achsen bezogen werden kann« ob er besser mit Bourdieus Habitus-Theorie oder Luhmanns Systemtheorie zu fassen ist, wird intensiv diskutiert, und die erklärungsrelevanten Aspekte des Begriffs >Autor< variieren stark in Abhängigkeit von den zugrundeliegenden Annahmen über Gesellschaft und Kommunikation.⁴³⁸

Die Entscheidung zu Gunsten der Habitus-Theorie für die vorliegende Arbeit ist in Kapitel II ausführlich dargelegt, und wie sich gezeigt hat, vermag Bourdieus Gesellschafts-Modell so manche Zusammenhänge herzustellen und zu erklären, welche sich für eine adäquate Analyse der Pop-Literatur als enorm relevant gezeigt haben.

1.2.3. Der Tod des Autors als Geburt des Lesers

Der Autor ist auch und gerade nach Barthes Formulierung aus dem Jahr 1968 nicht aus der Literaturtheorie verschwunden.

[D]er Umschlag vom Tod ins Fortbestehen ist nur die historische Ausformulierung für einen Sachverhalt, der das Subjekt systematisch charakterisiert, dass nämlich das Subjekt zugleich notwendig und unmöglich sei.⁴³⁹

Der Titel des Aufsatzes (Tod des Autors) ist gerade in seiner Radikalität missverständlich. Es handelt sich bei der Totsagung nicht um eine totale Negation (wie sie in der strukturalistischen Ausklammerungs-Praxis stattfindet), sondern um eine Dekonstruktion des Autor-Begriffs. Diesem wird bei Barthes und bei den Poststrukturalisten insgesamt, eine rein sprachimmanente Funktion zugesprochen. In dieser Funktion wird dem Autor seine Selbstbestimmtheit abgesprochen, denn er ist nichts anderes als eine mögliche Sprach-Manifestation. In dieser starken Fokussierung der Sprache auf sich selbst sind sich die Strukturalisten und Poststrukturalisten einig. Stand bei den Strukturalisten rund um de Saussure das Zeichen an sich im Mittelpunkt, ohne Einbezug eines Zeichenproduzenten jeglicher Art, fügen die Poststrukturalisten den Autor wieder ein, jedoch nicht als

⁴³⁸ Jannidis / Lauer / Martinez / Winko in: „Rückkehr des Autors“ (1999), S. 33.

⁴³⁹ Oliver Jahraus in: „Nicht totzukriegen. Subjekt und Subjektivität überleben noch die Postmoderne“. Auf: www.iasl.uni-muenchen.de/rezensio/liste/jahraus4.html

Subjekt, sondern als Instanz. Diese depersonalisierte Sichtweise spiegelt die zu diesem Zeitpunkt laufenden Debatten um das Subjekt wider, das ähnlich wie der Autor in den Strukturen zu verschwinden droht.

Vierzig Jahre später hat sich das Subjekt wieder von den Fängen der Strukturen emanzipiert. Frei ist es deswegen noch lange nicht, und so kämpft es momentan mit der Unendlichkeit der Möglichkeiten, in denen es sich realisieren kann, oder eben gerade nicht. In diesem Kontext muss der Autor der 1990er Jahre verstanden werden. Es gilt die veränderten Umstände mit einzubeziehen, und dazu gehören massgeblich die neuen Medien mit ihrer flächendeckenden Versorgung mit Sprache in all ihren Varianten, wenn es darum geht, dem Pop-Autor gerecht zu werden. Als Projektionsfläche aktueller Subjekt-Theorien widerspiegelt der Begriff der Autorschaft nicht nur kulturelle Umwälzungen, sondern ist wiederum auch fähig, solche in Wechselwirkung mit dem Leser zu realisieren.

Barthes Focusverschiebung vom Autor hin zum Text an sich, als Entität von Chiffren und Codes,⁴⁴⁰ ist zuerst mal nichts entgegen zu setzen. Natürlich ist in keinem gedruckten Text der Autor über die Zeichen hinaus präsent. Und natürlich kommt dem Autor als Produzenten seiner Texte nicht eine interpretatorisch übergeordnete Position zu, ist er doch schliesslich nach dem Schreibprozess auch „bloss“ Leser seiner eigenen Texte.⁴⁴¹ Aber, und hierin muss ein solcher radikaler textimmanenter Ansatz ergänzt werden: kein Text, als Sammelsurium von Codes und Chiffren verstanden, wird als solches zusammengesetzt, ausser von exakt diesem Autor, zu exakt diesen zeitlichen, geografischen und persönlichen Umständen. Ohne die Biografie des Autors ist kein Text möglich, denn diese, und sie muss nicht mal annähernd thematisiert sein, bestimmt bewusst oder unbewusst die Wahl der Themen, die Art der Sprache, den Stil und die Struktur der verschriftlichten Mitteilungsform. Sprache existiert nicht ausserhalb der Subjekte. Insofern muss dem Text so viel wie möglich und dem Autor so viel wie nötig Beachtung geschenkt werden. Dass im Falle der Beschäftigung mit Texten der Pop-Literatur der Autor nicht nur als text-verursachendes Subjekt, sondern auch als text-verursachtes Objekt von Belang ist, dürfte ansatzweise klar geworden sein und wird weiter unten noch ausführlicher formuliert.

⁴⁴⁰ Radikaler noch, wie bereits erwähnt, von den Strukturalisten realisiert.

⁴⁴¹ Weimar: „Doppelte Autorschaft“ in: Jannidis u.a. (2003), S. 123-135.

1.2.4. Die Wiedergeburt des Autors

Dass der Tod nicht das Ende der Geschichte bedeuten muss, wird auf geradezu symptomatische Weise durch das Subjekt und seine Geschichte von der Moderne bis zur Postmoderne und gar noch darüber hinaus exemplifiziert.⁴⁴²

Zwar bezieht sich Jahraus bei dieser Aussage auf das Subjekt, aber wie bereits erwähnt, besteht ein direkter Zusammenhang zwischen Autor- und Subjekttheorie, sodass dieses Zitat durchaus für die Autorschaft fruchtbar gemacht werden kann. Diese Koinzidenz zwischen Subjekt- und Autordebatte, bislang mehrheitlich einseitig vom Subjekt als Autor ausgehend formuliert, gilt es näher zu durchleuchten, und mit dem Subjekt als Leser zu ergänzen. Anlehnend an Klaus Weimar, der mit seinem Konzept der „doppelten Autorschaft“ einen Schritt in diese Richtung getan hat, wird von einem Autorbegriff ausgegangen, der die Reziprozität zwischen Autor- und Leserkonzept berücksichtigt.

1.2.5. Der Leser als Ausgangspunkt von Autorschaft

Wenn, wie im Falle der Focus-Verschiebung vom Autor zum Text (Barthes) oder zum Leser (Weimar), ein Paradigmenwechsel stattfindet, dann dauert es meist nicht lang, bis die ersten Kritiken laut werden. Paradigmenwechsel in der Literatur treten generell mit antizipierten oder nachträglichen Änderungen in der Gesellschaft einher. Barthes Verneinung der Autor-Instanz im Zusammenhang mit der herrschenden Subjekt-Kritik hat zu dieser Art von Hinwendung zum subjektlosen Text geführt. Diese Deprivierung des Subjekts im Text führt in fast logischer Konsequenz zur Aufwertung des Leser-Subjekts.⁴⁴³ Doch es geht noch weiter, denn gerade wenn es sich beim Leser um einen Autor handelt, dann fängt an dieser Stelle der gleiche Prozess an, dessen End-Partizipant der Leser ist: die Text-Produktion. Beim Lesen fängt die Text-Produktion an.

⁴⁴² Oliver Jahraus in: „Nicht totzukriegen. Subjekt und Subjektivität überleben noch die Postmoderne“. Auf: www.iasl.uni-muenchen.de/rezensio/liste/jahraus4.html

⁴⁴³ „Der Tod des Autors als Geburt des Lesers“ taucht immer wieder in der entsprechenden Literatur auf und lehnt an Barthes Aussage: „La naissance du lecteur doit se payer de la mort de l'Auteur“. Aus: Roland Barthes : „La Mort de l'Auteur“ in: „Essais Critiques IV , Le Bruissement de la Langue“ (1984), S. 61-67.

1.2.6. Weimars Theorie der Doppelten Autorschaft

Weimar geht in seinen Ansätzen einer Autorkonzeption neue Wege. Im Zentrum seiner hermeneutischen Theorie steht nicht die übliche Frage „Was ist ein Autor“, welche das „Zentralproblem der Rezeption [verdeckt]“⁴⁴⁴, sondern die Frage „Wer ist ein Autor?“ Mit dieser Betrachtungsweise erhebt er den Autor in einem ersten Schritt gleichsam über den Text, denn die Frage zielt auf einen *realen* Produzenten hin, der in einem *realen* Produktionsakt mit *realer* Absicht ein „Etwas“⁴⁴⁵ geschaffen hat. Dieses „Etwas“, wie es sich dem Leser präsentiert, besteht jedoch im Nachhinein nur noch aus Zeichen, die ein für den Leser uninteressanter *Jemand* verfasst hat. Zur Begründung der Annahme, der Autor sei für den Leser irrelevant, weist Weimar auf die Zwanghaftigkeit hin, mit der lesekundige Menschen Schriften entziffern. Bei einem solchen zwanghaften Akt des Lesens ist der Autor nicht in geringster Weise von Interesse. Es geht auf dieser Ebene nur um den Leseakt an sich, um reine Dechiffrierungs-Arbeit. Bei dieser ist der Autor höchstens – aber immerhin – als ehemalige Chiffrierungs-Instanz relevant, da er ja durch seine Wahl der sprachlichen Codes die kulturellen, psychologischen und soziologischen Symbole und ihre impliziten Assoziations-Möglichkeiten entfaltet, die für den nötigen Rahmen sorgen, in welchem sich die Fülle der möglichen Interpretationen bewegt. Denn unbegrenzt sind diese auf keinen Fall. Sie sind das, was allgemein als unzählig bezeichnet wird, in Anbetracht ihrer Quantität, aber sie bewegen sich in einem durch die gewählten Chiffren begrenzten Auslege-Raum.

Zwischen dem reinen Dechiffrieren von Sprache allgemein und von einem Text im Besonderen, und dem Verstehen der versprachlichten (mündlichen oder schriftlichen) Information, besteht laut Weimar eine wiederum zwingende Beziehung:

Der rezeptive Akt ‚Verstehen‘ als eine erneute oder fortgesetzte Zwangshandlung ist der Sprache bedingungslos hörig wie das Lesen der Schrift. Der Zwang, unter dem das Verstehen einsetzt und sich vollzieht, ist wieder einer zum Produzieren.⁴⁴⁶

Weimar unterscheidet zwischen *Verstehen* und *Rezeption*, wobei erstes als rezeptiver Leseakt zu verstehen ist und zweites als das, was „über die Bestimmung von etwas als Schrift hinausgelangt“, also als Manifestation der Textwelt. Rezeption wird dem Verstehen übergeordnet, und zwar in zwingender

⁴⁴⁴ Weimar: „Doppelte Autorschaft“ in: Jannidis u.a. (1999), S. 124.

⁴⁴⁵ Ebd.

⁴⁴⁶ Ebd., S. 126.

Folge.⁴⁴⁷ Im Falle einer solchen gelingenden Folge manifestiert der Leser in einem produktiven Akt, basierend auf seinem persönlichen Dechiffrierungs-Hintergrund, aus den vorhandenen Zeichen eines „Spracherzeugungsaktes einer hypothetischen fremden Person“ eine Lese-Version, welche jener des Autors selbst nicht in erheblichem Masse unähnlich sein kann. Und hierin besteht die Kernaussage der Begrifflichkeit der „Doppelten Autorschaft“: Der Autor wird nach vollendetem Schreibakt nicht anders als andere Leser seinem eigenen Werk gegenüber behandelt. Dies bedeutet, dass seine Lese-Art nicht über jenen anderen möglichen Lese-Arten stehen kann, oder anders gesagt: Der Autor verfügt NICHT über die eine, einzige richtige Interpretation seiner eigenen Texte.⁴⁴⁸ Und mit Autor ist durchaus jener Autor aus Fleisch und Blut gemeint, und nicht etwa eine „implizite“⁴⁴⁹ Funktion desselben. In dieser Positionierung des Autors als eines möglichen Lesers seiner eigenen Texte, findet der Begriff der „Doppelten Autorschaft“ seine Begründung: Dem produktiven Verursacher von Text (Autor) wird der produktive Verursacher von Text-Verstehen und Text-Rezeption (ebenfalls Leserschaft als Autorschaft) gegenüber gestellt. In der semantischen Produktion dieser beiden Instanzen sieht Weimar ihre Äquivalenz. Da der Text-Verursacher-Autor nach vollbrachter Tat nichts anderes als ein Text-Versteher- und Text-Rezeptiver-Autor wird, wird er zum „doppelten Autor“.

1.2.7. Doppelter Leser

Was Weimar als „Doppelte Autorschaft“ ansieht, ist lediglich die eine Seite folgender Medaille: Zwar stellt Weimar eindeutig den Focus auf den Leser, nämlich als Autor eines Leseaktes und der damit verbundenen zwingend-logischen⁴⁵⁰ Produktion von Textwelt, und sorgt somit für eine Erweiterung der Autor-Konzeption hin zum Leser. Es geht jedoch noch einen Schritt weiter: Nicht nur der Leser wird durch den Leseakt zum Autor, sondern der Autor an sich ist bereits vor dem produktiven Akt der Autorschaft in erster Linie ein Leser. Er liest Bücher von anderen Autoren, er liest Zeitungen, er liest Texte in ihrer ganzen Vielfalt, und er liest als Pop-Autor das gesamte Spektrum unserer Kultur in ihrer

⁴⁴⁷ Darin besteht der Fehler dieser Annahme, denn bekanntlich ist auch ein Lesen (als reiner Rezeptionsakt) ohne wirkliches Verstehen möglich, beispielsweise wenn die kognitiven Vorgänge gerade anderweitig beschäftigt sind.

⁴⁴⁸ Vgl. z. B. Harald Fricke: „Erkenntnis- und wissenschaftstheoretische Grundlagen“ in: Thomas Anz (Hg.): „Handbuch Literaturwissenschaft“ (2007).

⁴⁴⁹ Gemäss Wayne C. Booth als vermittelnde Instanz zwischen dem tatsächlichen Autor und dem Erzähler gemeint.

⁴⁵⁰ Dass diese Folge eben nicht immer zwingend-logisch ist, darauf wurde weiter oben bereits hingewiesen.

ganzen Fülle an sprachlich realisierbaren Manifestationen, ohne Rücksicht auf E- oder U-Kultur, von ganz oben nach ganz unten. Baßler spricht in diesem Kontext in seinem Beitrag mit dem Titel „Sammeln und Generieren“ der Pop-Autor, welche „eine ganze Kultur als Text lesen“, von der „Textualität der Kultur“.⁴⁵¹ Auch die Pop-Autoren selber sehen sich ganz als *Leser, Seher und Versteher* der Kultur und heben mit dieser Selbsteinschätzung einmal mehr ihren von der Masse abgehobenen Sozial-Status⁴⁵² hervor:

Eckhard Nickel: Lesen im Sinne von SEHEN, VERSTEHEN, über den Wortsinn und das Gesagte hinaus. Das ganze FUNDAMENT unseres Wissens skelettieren und deuten können. Das ist das Weltmuseum, das ja ein Menschheitsmuseum ist, und das wir in uns tragen und auch lesen können, wenn wir die Fähigkeit haben, es wahrzunehmen. („Tristesse Royale“, S. 66)⁴⁵³

Ich würde soweit gehen und sagen, dass der Autor in erster Linie ein Leser, auch im Sinne von Medienkonsument, sein muss, um Pop-Autor zu sein. Gerade in diesem Blickwinkel ist die Präferenz von Intertextualität vor Originalität⁴⁵⁴ zu verstehen, die ja programmatisch bei der Produktion von Pop-Literatur im Vordergrund steht. Nochmals: Beim Lesen fängt die Textproduktion an.

1.2.8. Der Leser als Teil einer Wirkungsästhetik

Rezeption ist immer bezogen auf den Erwartungshorizont des Lesers, d. h. auf ein System lebensweltlicher, ästhetischer und literarischer Normen, vor deren Hintergrund der Text wahrgenommen und konstruiert wird.⁴⁵⁵

Vor diesem Hintergrund sollen folgende Ausführungen verstanden werden: Wie im Zusammenhang mit der Begrifflichkeit zum Autor bereits dargestellt, muss eine adäquate Analyse der Texte der Deutschen Pop-Literatur der 1990er Jahre anhand eines reziproken Autor-Leser-Verhältnisses gewährleistet werden. Eine Literatur, die aufgrund ihres Sampling-Charakters vor intertextuellen Bezügen nur

⁴⁵¹ Moritz Baßler in: Sorg / Mettauer / Proß (Hg.): „Zukunft der Literatur – Literatur der Zukunft. Gegenwartsliteratur und Literaturwissenschaft“ (2003), S. 155-165, hier S. 163.

⁴⁵² Vgl. Kapitel 2, „Geschmack – eine Frage von Klasse“.

⁴⁵³ Eckhard Nickel führt seine Überlegungen noch weiter aus und verweist auf die „AISTHESIS“ im ursprünglichen Sinn, nämlich als „Gabe der Wahrnehmung“. Auf diese Äusserung wird im Zusammenhang mit der „Alltagsästhetik“ im Kapitel 2 näher eingegangen.

⁴⁵⁴ Hier im Sinne von *Original* wie es in der Tradition verstanden wird: als Erschaffung aus möglich nichts Vorhandenem.

⁴⁵⁵ Helmut Pfeiffer in: „Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft“, Bd. III, S. 284, im Folgenden abgekürzt als „RLW“, Bd. I bis III

so strotzt, ist notgedrungen eine Literatur für Insider.⁴⁵⁶ Auch in diesem Punkt bewahrt die untersuchte Pop-Literatur ihre ein- bzw. ausschliessende Wirkung, denn wirkliches Verständnis der Texte ist nur aufgrund möglichst grossen autor-identischen Wissens der Medienlandschaft und deren Figuren gewährleistet. Ein Medien unkundiger Leser beispielsweise scheitert bereits an dem Assoziations-Potenzial bei Florian Illies Werk „Generation Golf“.

Durch den Focus einer rhetorischen Analyse der Texte wird insbesondere deren Wirkungspotenzial ins Auge gefasst und weniger die Rezeption an sich. Von erstem Interesse bleibt an dieser Stelle der Text und seine multimedial intertextuelle Machart. Dieser Zusammenhang ist weiter oben bereits dargelegt worden.

Um den Text an sich, oder besser gesagt um den Prozess der Textproduktion im Leseakt geht es ebenfalls bei Wolfgang Iser in seiner Theorie zur „Appellstruktur der Texte“ und zum „Akt des Lesens“. Freilich ist der Ansatz hier ein ganz anderer als bei Weimar. Ging es Weimar um die Klärung der Verhältnisse zwischen Autor, Text und Leser, hält Iser den Focus ganz auf den Leser in seinen rezeptionsästhetischen Überlegungen. Iser negiert sozusagen die Existenz eines Textes, solange kein Leser ihn aktualisiert:

Wenn ein literarischer Text keine wirklichen Gegenstände hervorbringt, so gewinnt er seine Wirklichkeit erst dadurch, daß der Leser die vom Text angebotenen Reaktionen mit vollzieht.⁴⁵⁷

Diese Realisierung von „Wirklichkeit“ ist nur eine von vielen dergleichen und wird vom Deckungsgrad der Textwirklichkeit definiert, welche der Leser mit den ihm angebotenen „Leerstellen“ eines Textes zu realisieren vermag. Die „Leerstellen“, gemäss Iser die Voraussetzung überhaupt, dass ein Text als literarisch und somit auch als fiktional bezeichnet werden kann, werden je nach Leser mit Elementen aus der ihm vertrauten Lebenswelt gefüllt. Je grösser dabei die Inkongruenz zwischen der angelegten Spannbreite von realisierbaren Realitäten im Text und der Ausfüllung der „Leerstellen“ durch den Leser mit der ihm vertrauten Realität ist, desto grösser wird das Ausmass dessen, was Iser im Anschluss an Roman Ingarden⁴⁵⁸ als „Unbestimmtheit“⁴⁵⁹ bezeichnet. Ihre

⁴⁵⁶ In dieser Eigenschaft zeigt sich ein ganz und gar „un-poppiges“ Element der sogenannten Pop-Literatur, bedeutet „Pop“ doch in seiner zentralen Aussage, dass es gerade für alle gleichermassen massenhaft erreichbar sein soll.

Vgl. dazu im Kapitel 2 die Begriffe „Happy few“ und „Snob-Effekt“.

⁴⁵⁷ Iser, (1970), S. 11.

⁴⁵⁸ Roman Ingarden: „Vom Erkennen des Literarischen Kunstwerks“ (1968).

⁴⁵⁹ „Unbestimmtheit als Wirkungsbedingung literarischer Prosa“ heisst es im Untertitel zu Iser's „Appellstruktur der Texte“ (1970).

„Funktion besteht darin, die Adaptierbarkeit des Textes an höchst individuelle Leserdispositionen zu ermöglichen“.⁴⁶⁰ Dies wiederum wird durch die Leerstellen ermöglicht. In ihnen wird erst der eigentliche literarische Akt des Lesens vollzogen, denn sie bilden jene Achsen eines Textes, um welche sich die Sinngebung desselben dreht, und dies je nach Horizont des sie füllenden Lesers. Gemäss Iser steigt die Literarizität⁴⁶¹ eines Werkes proportional zu dessen Leerstellen.

Sinkt der Leerstellenbetrag in einem fiktionalen Text, gerät er in Gefahr, seine Leser zu langweilen, da er sie mit einem steigenden Maß an Bestimmtheit – sei dieses nun ideologisch oder utopisch orientiert – konfrontiert.⁴⁶²

Unbestimmtheit ist demnach gemäss Iser als Garant für Fiktionalität und Originalität⁴⁶³ zu betrachten.

Wie verhält es sich nun mit der Pop-Literatur bezüglich ihrer Unbestimmtheit? Ein wichtiges Leerstellen generierendes Moment ist in den zahlreichen Negationen zu finden. Sie sind ein wichtiger Teil zur „Verdeutlichung der kommunikativen Struktur fiktionaler Texte“.⁴⁶⁴ Insgesamt erzeugen sowohl Leerstellen allgemein wie auch die Negationen, als Leerstellen generierende Momente, gemäss Iser die Voraussetzungen für Fiktion:

„Sie [Leerstellen und Negationen] markieren bestimmte Aussparungen bzw. virtuell gebliebene Themen auf der syntagmatischen und der paradigmatischen Achse des Textes. Sie erzeugen damit notwendige Möglichkeiten, um die fundamentale Asymmetrie zwischen Text und Leser auszubalancieren. Sie initiieren eine Interaktion, in deren Verlauf die Konturen des Leergelassenen von den Vorstellungen des Lesers besetzt werden, wodurch sich auch die Asymmetrie zwischen Text und Welt aufzuheben beginnt und der Leser eine ihm fremde Welt zu Bedingungen erfahren kann, die nicht durch seinen Habitus determiniert sind. Leerstellen und Negationen bewirken insofern eine eigentümliche Verdichtung in fiktionalen Texten, als sie durch Aussparung und Aufhebung nahezu alle Formulierungen des Textes auf einen unformulierten Horizont beziehen. Daraus folgt, daß der formulierte Text durch Unformuliertes gedoppelt ist. Diese Doppelung bezeichnen wir als Negativität fiktionaler Texte.“⁴⁶⁵

Diese Negativität wiederum bildet die „Infrastruktur des fiktionalen Textes“.⁴⁶⁶

Weiter nach möglichen Konstitutionen realisierter Unbestimmtheit in der Pop-Literatur gefragt, ergibt sich ein methodisches Problem. Aufgrund ihrer

⁴⁶⁰ Iser (1970), S. 13.

⁴⁶¹ Im Sinne von literarischer Qualität.

⁴⁶² Iser (1970), S. 16.

⁴⁶³ Hier gemeint als qualitativ positives Attribut.

⁴⁶⁴ Wolfgang Iser: „Der Akt des Lesens“ (1990), S. 348.

⁴⁶⁵ Ebd.

⁴⁶⁶ Ebd., S. 352.

hohen Intertextualität und der damit verbundenen Dependenz bezüglich der Kongruenz der möglichen Textwirklichkeiten, muss hinsichtlich der Realisierung von Wirklichkeit seitens des Lesers in Bezug auf die angelegten Varianten von Wirklichkeit unterschieden werden zwischen:

- a) Deckung gelingt
- b) Deckung gelingt nicht

Was bei Iser im Falle b) bereits als Unbestimmtheit definiert ist, bildet in der Pop-Literatur das grösste Charakteristikum der Literatur selbst, nämlich die Frage: Insider oder Outsider? Findet die Deckung des Lesers / der Leserin statt oder nicht? Und erst wenn diese Frage geklärt ist, kann gemäss Iser weiter unterschieden werden, ob Leerstellen vorhanden, und wenn ja wie sie geartet sind, und wie gross demzufolge der Grad an Unbestimmtheit ist. Die Pop-Literatur macht sich genau diese Unbestimmtheit zum Programm, aber nicht mit dem Ziel der Literarizität des Textes, sondern mit dem Ziel der Identifikation des Lesers mit dem Text. Im Falle a) ist die Zahl der Leerstellen und somit die Unbestimmtheit der Texte gering, im Fall b) dagegen gross. Was nun bei Joyce für Weltruhm gesorgt hat, liefert bezüglich der Pop-Literatur die grösste Angriffsfläche für die literarische Kritik. Die Erklärung dafür könnte in der Rolle des Erzählers liegen.

Unversehens hat es der Leser dann nicht mehr ausschließlich mit den Romanfiguren zu tun, sondern auch noch mit einem Autor, der sich in der Rolle eines Kommentators zwischen Geschichte und Leser drängt. Nun beschäftigt er den Leser genauso, wie dieser von der Geschichte beschäftigt wird. Die Kommentare provozieren vielfältige Reaktionen. [...] So liefern solche Kommentare zwar keine verbindliche Bewertung des Geschehens, sie stellen aber ein Bewertungsangebot dar, das Wahlmöglichkeiten bereithält. Statt mit einer einheitlichen Optik versehen sie den Leser mit gewissen Einstellungen, die er nachvollziehen muß, um sich das Geschehen entsprechend zu erschließen; sie überziehen die Geschichte mit Beobachtungsperspektiven, deren Orientierung allerdings wechselt. So eröffnen diese Kommentare einen Bewertungsspielraum, der neue Leerstellen im Texte entstehen lässt. Diese liegen nun nicht mehr in der erzählten Geschichte, sondern zwischen der Geschichte und den Möglichkeiten ihrer Beurteilung. Sie lassen sich nur beseitigen, indem Urteile über die zur Rede stehenden Vorgänge gefällt werden.⁴⁶⁷

In den untersuchten Texten der Pop-Literatur wimmelt es geradezu von solchen Urteils-Provokationen. Der Erzähler erreicht dadurch die „Kontrolle der

⁴⁶⁷ Iser (1970), S. 21.

Leserreaktionen“.⁴⁶⁸ Diese geht stellenweise soweit, dass sie eine „Totalkorrektur einer falschen Beurteilung“⁴⁶⁹ möglich macht.

[S]ie bemalen sich T-Shirts, hören saudoofe *Crossovermusik* (so Dog Eat Dog und Rage Against The Machine, dieses irrelevante Zeltplatzgelärme eben) auf einem überaus unkultivierten tragbaren *Soundwürfel* oder so und glauben, diese Reise würde nun der Höhepunkt des nicht für möglich gehaltenen Gemeinschaftsgefühls [...] („Soloalbum“, S. 93)

Das in der Pop-Literatur meist verwendete Verfahren, um eine solche Geschmacks-Korrektur herbeizuführen, liegt in der Ironie. „Soll die Aktivität des Lesers am Vollzug des Geschehens gesteigert und eindeutig gemacht werden, so darf das im Text Gesagte nicht so gemeint sein, wie es formuliert ist.“⁴⁷⁰ Nicht anders wird Ironie definiert, nämlich als „uneigentlicher Sprachgebrauch, bei dem das Gemeinte durch sein Gegenteil ausgedrückt wird.“⁴⁷¹ Die Pop-Autoren wiederum werden in der Literaturkritik gerade wegen der Ironie in die Mangel genommen. Der Kritikpunkt liegt dabei in der Distanzierung zum Gesagten, das zu einer von Unverbindlichkeiten geprägten Haltung führe, zur Oberflächlichkeit und zum Apolitischen, das wiederum davon zeuge, keine eigene Meinung zu haben. Stuckrad-Barre äussert sich in „Tristesse Royale“ direkt dazu: „Heutzutage weiß man doch gar nicht mehr, womit man sich mehr beschäftigen soll: mit der Meinungsbildung oder mit der Meinungsbildung über die Meinung des anderen.“⁴⁷²

Christian Kracht führt den Gedanken fort und kommt zum Schluss: „Es ist eben nicht mehr möglich, eine Meinung zu haben.“⁴⁷³ In Anbetracht der sowohl quantitativ wie auch qualitativ massiven Geschmacks-Urteile in den untersuchten Werken kann man, unter der Voraussetzung, dass Autor und Erzähler im Falle von Stuckrad-Barre und Illies als Einheiten mit fließenden Übergängen zu betrachten sind,⁴⁷⁴ diese Aussage nur (selbst)ironisch interpretieren. Dabei

⁴⁶⁸ Ebd., S. 22

⁴⁶⁹ Ebd., S. 22

⁴⁷⁰ Ebd.

⁴⁷¹ Wolfgang G. Müller in: „RLW“, Bd. II, S. 185.

Als Gegenteil gelten sowohl polare, konträre, kontradiktorische und antonymische Elemente, sowie das Verhältnis von Possession und Privation.

⁴⁷² „Tristesse Royale“, S. 26-27.

⁴⁷³ Ebd.

⁴⁷⁴ Über die Trennung von „Autor“ und „Erzähler“ liefert der Beitrag von Fotis Jannidis in: Detering (2002), S. 540-557 wie bereits erwähnt eine interessante Sichtweise, die sich mit der gemäss Jannidis mittlerweile dogmatisch gewordenen Trennung von „Autor“ und „Erzähler“ auseinandersetzt. Gerade bei den Pop-Autoren scheint sie tatsächlich obsolet geworden zu sein, zumal diese selbst keine entsprechende Differenzierung von sich als privater Person, als Autor, als Erzähler oder gar als Figur des medialen Betriebs zu machen scheinen. Benjamin von Stuckrad-Barre beispielsweise antwortet in einem Interview auf die Frage, warum er am liebsten über sich

bedeutet die Selbstironie für die Pop-Autoren selber nur eine weitere Manifestation der „Durchdringung des Lebens“ durch eine mediale Welt: „Es ist die Durchdringung des Lebens durch einen Film oder eine Schallplatte. Ein Lebensgefühl entsteht.“⁴⁷⁵ Dieser osmotische Übergang zwischen primärer und sekundärer Welt wiederum setzen die Pop-Autoren sowohl mit dem „Vormarsch der ironischen Selbstbespiegelung“⁴⁷⁶ wie auch mit dem intertextuellen, oder adäquater gesagt, mit dem Sampling-Charakter der gesamten (Pop)-Kultur in Zusammenhang: „Und aus dem Zitat dieser Zitate entsteht die Kultur um uns herum.“⁴⁷⁷ Hier wird Ironie nicht bloss als sprachliche Markierung der Uneigentlichkeit betrachtet, sondern als Teil eines sprachlichen Systems, das geradezu dadurch charakterisiert ist, uneigentlich zu sein, indem es lediglich der Verweis einer sprachlichen Äusserung ist. Dass die Literaturkritik gerade die Distanzierung und Ironisierung der Texte anprangert und ihnen Verbindlichkeit abspricht, zeugt von der Unkenntnis dieses eben dargelegten Tatbestandes. Dass Benjamin von Stuckrad-Barre als Pop-Autor selbst für mehr Verbindlichkeiten plädiert,⁴⁷⁸ ist wiederum mit ironischer Vorsicht zu geniessen und als Teil des rhetorisch-emphatischen Konzepts zu verstehen.

Bei rhetorischen Texten der Art wie die untersuchte Pop-Literatur, in welchen Werturteile im Zentrum stehen, muss davon ausgegangen werden, dass ihr eine Appellstruktur inhärent ist. Wie im Teil I ausführlich analysiert, basiert die Rhetorik im Falle der untersuchten Texte auf dem Prinzip der Deviation.

Sowohl inhaltlich wie auch formal wird eine Abgrenzung angestrebt, die zur Voraussetzung für die Werturteile wird, da sie deren Prämisse bildet. Anders gesagt: Dem Werturteil geht die Ausschliesslichkeit seiner Information voraus. Diese Information wiederum ist ausschliesslich für Insider nachvollziehbar, wenn überhaupt. Die Deviation spielt dabei die Rolle einer Trennlinie: an dieser werden In- und Outsider geteilt. Und dies auch auf der theoretischen Ebene. Deviation als Hervorbringer poetischer Qualität⁴⁷⁹ impliziert immer einen festen Bezugspunkt, vom dem aus die Norm verletzt werden kann. Das Interessante dabei in Bezug auf die Pop-Literatur ist, dass gerade so genannte und meist selbst ernannte Literaturkritiker definitionsgemäss über die poetische Qualität eines Textes urteilend, just die Deviation, per se Garant für poetische Qualität, als Qualitätsminderung ansehen.

selbst schreibe: „Über wen denn bitte sonst?“
www.welt.de/printwams/article111567/Ueber_wen_denn_bitte_sonst.html

⁴⁷⁵ Christian Kracht in: „Tristesse Royale“, S. 30.

⁴⁷⁶ Eckhard Nickel in: „Tristesse Royale“, S. 31.

⁴⁷⁷ Joachim Bessing in: „Tristesse Royale“, S. 31.

⁴⁷⁸ Benjamin von Stuckrad-Barre in: „Tristesse Royale“, S. 31.

⁴⁷⁹ Vgl. Harald Fricke: „Norm und Abweichung. Eine Philosophie der Literatur“ (1981).

Da Pop-Literatur eine intertextuell geprägte Literatur ist, wobei Intertextualität wie oben erläutert hier eine intrakulturelle Dimension besitzt, impliziert sie notgedrungen auch die umgangssprachliche Ebene, und dies nicht zu knapp. Deviation in der Umgangssprache wiederum gilt in der Literaturkritik gemäss Iser nicht als ästhetische Kategorie: „Darin kommt ein eigentümlich puristischer Zug der Deviationsästhetik zum Vorschein: sie reklamiert ästhetische Phänomene nur für die Kunst, so dass es für sie solche Phänomene in der Lebenswelt kaum zu geben scheint.“⁴⁸⁰ Für die untersuchten Texte ist eine solche Position nicht nur aus kritischer Sicht nicht tragbar. Unter Berücksichtigung der Ästhetisierung des Alltags, welche gleichsam als Ursache und Wirkung zugleich im Bezug auf die Pop-Literatur betrachtet werden muss, entbehrt eine solche Position jeglicher Legitimation.

Das Bemerkenswerte am Problem der Deviation ist die Tatsache, dass sie just von denen am meisten kritisiert wird, die sie auch am stärksten wahrnehmen, nämlich die sogenannten Outsider. Jene nämlich, mit der verwendeten Sprache, mit den Dimensionen der Ironie nicht vertraut, kritisieren das, was Iser als Spannung definiert:

Abweichungen können von der Verletzung der Norm und des Kanon bis zur Löschung der Geltung des Bekannten reichen. Dadurch erhöht sich das semantische Potential des Textes, und diese Steigerung manifestiert sich als Spannung.⁴⁸¹

Iser betont in diesem Zusammenhang, dass eine Abweichung mit dem Ziele der Irritation, also nicht unbedingt mit poetisch-ästhetischem Ziel, auf die „Disposition und Habitualisierung des Lesers bezogen“⁴⁸² sei. Aus diesem neuen Blickwinkel wird nicht die Verletzung der Norm oder eines ästhetischen Kanons zur Prämisse der Deviation, sondern die so genannten „Erwartungsnormen“. Da die Pop-Literatur jedoch in ihrer Art neu ist, gerade im Hinblick auf den Einbezug von Quellen aus unserer Alltagskultur und durch den Charakter der Ästhetisierung des Alltags, sprengt sie bisherige Lektüre-Erfahrungen und somit auch die „Erwartungsnormen“ gerade der Literaturkritiker, die es per definitionem fast schon sozusagen gewohnt sind, sich mit so genannter E-Literatur zu befassen. Dass die Unterscheidung von E- und U-Literatur im Besonderen und -Kunst im Allgemeinen für die Beschäftigung mit Texten der Pop-Literatur schlichtweg inadäquat ist, dürfte mittlerweile klar geworden sein.

⁴⁸⁰ Iser (1990), S. 147.

⁴⁸¹ Ebd., S. 149.

⁴⁸² Ebd., S. 149

1.2.9. Der Literaturkritiker als besonderer Leser

Das Problem der Literaturkritik liegt in ihrer Ausgangslage. Um dies zu exemplifizieren, sei hier auf Genettes spiegelbildliches Schema zum Leseakt skizziert:

[Real. Aut [impl. Aut. [Erzähler] [Erzählung] Adressat] impl. Leser]realer Leser]⁴⁸³

Zur Explikation:

Realer Autor = physischer Autor

Impl. Autor = Bild, das sich realer Leser vom realen Autoren macht

Erzähler = Instanz

Adressat = Instanz

Impl. Leser = Bild, das sich Autor vom Leser macht

Realer Leser = physischer Leser

Das Schema ist spiegelbildlich angelegt, wobei der Implizite Leser auf den ersten Blick überflüssig erscheinen mag, denn er ist NICHT zwingende parallele Entität zum Impliziten Autor. Aber: gerade wenn es darum geht, beispielsweise das Erkennen von Werbeslogans oder Filmzitaten oder ähnliches, wie es oft in der Pop-Literatur der Fall ist, zu antizipieren, bekommt der Implizite Leser doch seine Legitimation, denn der reale Autor setzt dieses Wissen für seine Impliziten Leser voraus. Genette selber kritisiert genau diese Fehlannahme in der „Vektorialität“ der Kommunikation, als welche der Schreibakt allgemein verstanden wird.

Die große Dissymmetrie in all dem beruht auf der Vektorialität der narrativen Kommunikation: Der Autor einer Erzählung wendet sich, wie jeder Autor, an einen Leser, den es in dem Moment, wo er sich an ihn wendet, noch nicht gibt und vielleicht nie geben wird.⁴⁸⁴

Der Literaturkritiker stellt eine besondere Leser-Art dar. Nehmen wir mal an, der Kritiker sei ein Idealtyp seiner Art, will heissen, er ist jeder Literatur gegenüber gleich objektiv, verfügt für jede Literatur über das gleiche Ausmass an Deckungsgleichheit, was den Code-Horizont anbelangt, und ist bei jeder Lektüre gleichermassen unvoreingenommen. Wie gesagt, es handelt sich dabei um einen idealtypischen Kritiker, der nur theoretisch möglich ist. Gemäss obigem Schema

⁴⁸³ Gérard Genette: „Implizierter Autor, implizierter Leser?“ in: Jannidis u.a., (2003), S. 235.

⁴⁸⁴ Ebd., S. 245.

würde dies bedeuten, die Anteile an *implizitem Leser* und *realem Leser* halten sich die Waage. Im Falle der Beschäftigung mit Pop-Literatur ist meist der *implizite* Part des Kritikers stark verringert, sodass der *reale Leser* die Oberhand gewinnt. Das Gleichgewicht ist aufgehoben, der Kritiker ist in seiner Funktion unkorrekt. Die Prämisse für eine Kritik stimmt nicht mehr, folglich kann die Kritik nicht als „wahr“ gelten. Man könnte an dieser Stelle einwenden, dies liege ja auf der Hand. Nur, es kann nicht genügend betont werden, dass Kritiken nur eine Sichtweise repräsentieren, da sie selber sich ja zur Genüge umfassendes Urteilsvermögen zusprechen.⁴⁸⁵

Das Problem des *impliziten Lesers* der Pop-Literatur liegt in seiner Affinität zu optischem Input. Geprägt durch die Dominanz der bewegten Bilder ist diese Leser-Generation, wie die entsprechende Autoren-Generation, in ihrer Art und Weise der Rezeption von Information mit anderen Voraussetzungen und Erwartungen ausgestattet, als ein Leser, der noch hauptsächlich mit dem geschriebenen Wort aufgewachsen ist.⁴⁸⁶ Zudem wird sowohl in der Medientheorie wie auch in der Medienpraxis darauf hingewiesen, dass „Medienrezeption nicht nur ein passives Konsumieren, sondern eine Form sozialen Handelns geworden ist.“⁴⁸⁷

In den 70er Jahren zeigte sich, daß Medienrezeption nicht mehr nur ein passives Konsumieren, sondern eine Form sozialen Handelns geworden war. Diese Form des sozialen Handelns ließ sich angemessen mit dem Begriff der Medienkommunikation bezeichnen. Typisch für Medienkommunikation ist die aktive und thematisch angeleitete Aneignung von gegeneinander abgegrenzten, also distinkten Medien durch die Menschen in ihrem Alltagsleben. In der sich heute abzeichnenden, von Medien und symbolischen Formen dominierten Kultur treten an die Stelle solche distinkter Medien jetzt alltagsästhetische Arrangements [,] die den Charakter von Texten haben, denen die Menschen individuell Bedeutung verleihen.⁴⁸⁸

Die optisch-bewegt geprägte Rezeption erfordert andere Fähigkeiten als beispielsweise die Entzifferung von Schrift. Auf den ersten Blick erscheint sie

⁴⁸⁵ Und auch hier wieder gibt es Unterschiede zwischen berühmten Literaturkritikern, wie exemplarisch Elke Heidenreich und der fast schon legendär gewordene Marcel Reich Rainicki, die beide mit ihren Urteilen und mit Hilfe ihrer nicht nur medialen Präsenz, sondern geradezu medial bedingten Präferenz für die Kanonisierung der besprochenen Literatur sorgen.

⁴⁸⁶ Eine grobe Übersicht über die Ergebnisse der Medienwirkungsforschung liefert das „Fischer Lexikon. Publizistik und Massenkommunikation“ (2003) sowie Michael Jäckel in „Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung“ (2002). Auf eine Darstellung der Ergebnisse wird an dieser Stelle verzichtet, mit dem Hinweis, dass die Medienwirkungsforschung durchaus in Studien belegen kann, dass sich die Rezeption durch die neuen Massenmedien geändert hat.

⁴⁸⁷ Ben Bachmair: „In der Abgrenzung zusammenfinden – die Rolle von Alltagsästhetik und Stilen in der postmodernen Lebenswelt“, S. 51, in: „Medien. Impulse“ (März 1996): www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/diverse/15bach.pdf

⁴⁸⁸ Ebd.

passiv zu sein, im Vergleich zur Lesetätigkeit. In der Wissenschaft jedoch streiten sich die Geister, wenn es darum geht, Decodierung von Bildern der Entzifferung von Schrift qualitativ gegenüberzustellen. Auf jeden Fall ist die optisch geprägte Rezeption bei den Pop-Autoren schon deshalb im impliziten Leser mitgedacht, weil die Autoren selber als Leser nicht anders funktionieren, sind sie doch durch ihre Arbeit im Medium der bewegten Bilder geradezu Experten auf diesem Gebiet.

Es ist anzunehmen, dass unter den Lesern mit dem grössten Abweichungspotential⁴⁸⁹ die meisten Kritiker zu finden sind, während jene Leser mit dem geringsten Abweichungsradius,⁴⁹⁰ und somit mit den wenigsten Leerstellen im Text, ergo mit dem an Spannung am meisten fehlenden Lektüre-Erlebnis, jene sind, die als *implizite Leser* und somit als potentielle Fans betrachtet werden können. Die Deviationstheorie scheint nicht zu greifen. Oder ist es vielleicht so, dass durch den starken Einbezug der Alltagssprache und Alltagsästhetik, die ihrerseits ganz stark von Abweichungsmodellen geprägt ist,⁴⁹¹ in der Deviation von einer als Normsprache anerkannten Sprache gar kein Moment der Abgrenzung mehr zu betrachten ist? Grundsätzlich betrachtet: Wenn ein ehemals *normales* Element, beispielsweise, durch die gesellschaftlichen Veränderungen, jedoch nur in gewissen Teilen derselben, zur *Abnorm* geworden ist, dann gilt die Deviation auch nur in diesen gewissen Teilen der Gesellschaft. Konkret auf die untersuchten Texte würde dies bedeuten: Die Verwendung von Alltagssprache und Alltagsästhetik, die nur für einen Teil der Gesellschaft als solche vertraut sind, sorgt für die Aushebelung der Deviationstheorie, da der *implizite Leser* nicht im Deviationsmodell angesiedelt ist, der *real kritisierende Leser* aber genau die Deviationstheorie als Grundlage für seine Argumentation heranzieht. Der Kritiker also kritisiert das, was im Text gar nicht angelegt ist, weil er mit den falschen Prämissen arbeitet. Der *implizite Leser* wiederum erfreut sich nicht an der Pop-Literatur, weil sie durch die Deviation sogenannte poetische

⁴⁸⁹ Es sind dies jene Leser also, die älter und gebildeter als die breite Masse der Generation Golf sind und somit (frei nach Bourdieus Studien „Die feinen Unterschiede“ (1982) „Tabellen und Diagramme“) mit vergleichsweise niedrigerem TV-Konsum auskommen (Vgl. auch Hubert Eichmann: „Medienlebensstile zwischen Informationselite und Unterhaltungsproletariat. Wissensungleichheiten durch die differentielle Nutzung von Printmedien, Fernsehen, Computer und Internet“, 2000) und demnach sowohl die real-sprachliche Situation wie auch die sprachlichen Referenz-Felder aus den Medien betreffend ein höheres Abweichungspotenzial besitzen als besagte Generation mit entsprechend höherem TV-Konsum.

⁴⁹⁰ Als Mitglieder der Generation Golf mit entsprechend höherem, alters- und bildungsbedingtem TV-Konsum (siehe Bourdieu, 1982 und Eichmann, 2000), was auf eine Kongruenz und somit geringere Abweichung betreffend der Sprache und ihre Referenzen schliessen lässt.

⁴⁹¹ In erster Linie aus soziologischen Gründen. Bei der Sprachverwendung im Alltag handelt es sich immer um einen Kommunikationsakt. Dieser wiederum dient der Frage nach Zugehörigkeit oder Ausgeschlossenheit. In Bezug auf die Distanzierung von Gruppierungen müssen der Sprache selbst logischerweise distanzierende Elemente inhärent sein. Es sind dies eben jene linguistisch markierten Norm-Abweichungen.

Qualität aufweist, sondern weil er sich mit der gewählten Literatur identifizieren kann, weil eben wenig Leerstellen für Unbestimmtheit sorgen und er bequem der vertrauten Logik des Erzählers folgen kann. Der Leseakt eines *impliziten Pop-Literatur-Lesers* ist analog zu der konsumistischen Fernseh-Erfahrung passiv geworden. Der Erzähler profitiert von einem solchen passiven Lesebedürfnis, wie er bestrebt ist, trotz der Passivität, quasi als Kompendium, ein möglichst hohes Mass an Bewertungen zu liefern, ganz gemäss dem Motto, dass es immer noch besser ist, ästhetisch zu bewerten und sich somit zu positionieren als in der Masse unterzutauchen.⁴⁹²

1.2.10. Rezeption

Eine bloße Mode-Erscheinung im Bereich der Unterhaltungsliteratur hätte kaum eine solch kontroverse Debatte in den Feuilletons entfachen können: entscheidender scheint zu sein, dass in den häufig scharf kritisierten, teilweise regelrecht diffamierten Texten die Auseinandersetzung mit den Medienangeboten des Fernsehens, des Films und der Popmusik breiten Raum einnimmt - und dies ohne kulturkritische Skrupel. Dagegen sind in den Literaturdebatten der letzten Jahre in erstaunlichem Umfang altbekannte Besitzstandswahrungsdiskurse und Ausschlussprozeduren mobilisiert worden. Die tradierten Wertdichotomien zwischen *hoher* und *niederer* Literatur sowie zwischen *Literatur* und *den Medien* - ganz so, als fände Literatur nicht immer in Medien statt - haben sich als erstaunlich langlebig erwiesen.⁴⁹³

Insgesamt ist durchaus eine kritische Haltung seitens der an höherer Literatur orientierten Literaturkritik gegenüber der Pop-Literatur festzustellen, wobei beachtenswert ist:

Wirklich erstaunlich scheint auch, dass im Zentrum der Neunziger-Pop-Literatur Autoren und Texte stehen, die von den Hohenpriestern der Hochkultur, aber eben auch von der Pop-Intelligentsia eher ablehnend rezipiert wurden.⁴⁹⁴

Beklagt wird meist die unpolitische Haltung, was sich beispielsweise bei Biller in Ausdrücken wie „Schlappschwanzliteratur“, Literatur der „Schlaff-Generation“ und des „totalen Einverstandenseins“ äussert.⁴⁹⁵ In diese Richtung tendieren die

⁴⁹² Vgl. dazu „Happy few“ und „Snob-Effekt“ im Kapitel 2.

⁴⁹³ Jörgen Schäfer in: Heinz Ludwig Arnold (Hg.), Text und Kritik, Sonderband X/03, Pop-Literatur (2003), S. 7-26, hier, S. 9.

⁴⁹⁴ Dirk Frank in: Heinz Ludwig Arnold (Hg.), Text und Kritik, Sonderband X/03, Pop-Literatur, S. 218.

⁴⁹⁵ Maxim Biller, Initiator der Tagung über die „Kraft der Literatur“ im April 2000 in Tutzing. Zitiert von Harald Jähner, in der „Berliner Zeitung“ vom 04.04.2000. www.berlinonline.de/berlinerzeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2000/0404/feuilleton.html

meisten Kritiker, während die Öffentlichkeit noch ganz damit beschäftigt ist, die neue Autoren-Generation zu Popstars zu machen. Die Kluft zwischen öffentlicher Anerkennung und der Literaturkritik ist so gross wie bei keiner anderen Literatur-Tendenz der letzten Jahrzehnte.

Zwischen dem alten gesellschaftspolitischen und aufklärerischen Diskurs, der sich in Biller geradezu aufzubäumen schien, und dem resignativen, schmerzlich-schönen Oberflächenkult der jüngeren Popliteratur ist jedes Band zerrissen.⁴⁹⁶

Zwei Dinge werden dabei seitens der Literaturkritik immer wieder angesprochen:⁴⁹⁷ die substanzlose Oberflächenästhetik sowie der Vorwurf des Plagiats, das sich beispielsweise im Falle von „Faserland“ von Christian Kracht auf das vermeintliche Vorbild „American Psycho“ von Bret Easton Ellis und im Falle von „Soloalbum“ von Stuckrad-Barre auf „High Fidelity“ von Nick Hornby richtet. Vermeintlich deswegen, weil die Literaturkritik genau dort festfährt, wo sie ihre Kritik ansetzt, an der Oberfläche:

Sind Christian Kracht und Benjamin v. Stuckrad-Barre also Epigonen von Bret Easton Ellis respektive Nick Hornby? Wohl kaum, und wenn nur in der ebenso oberflächlichen Kalkulation auf die oberflächliche Verwechslung mit ihnen durch die Rezensenten.⁴⁹⁸

Richtete sich die Kritik bis dato auf die einzelnen Autoren und ihre jeweils massemедial beworbenen Werke, so erreichte die Pop-Literatur mit dem Dichtertreffen im Hotel Adlon, Berlin, und dessen gesammelte Gesprächs-Aufzeichnungen in „Tristesse Royale“ in den Augen mancher Kritiker ihren „Tiefpunkt“.⁴⁹⁹

Ein interessanter Ansatz kommt von Moritz Baßler, welcher der fast schon flächendeckenden simplifizierenden Kritik an der affirmativen Haltung von Pop den Boden entzieht, indem er die Vorstellung revidiert, Literatur müsse sich den (massen)medialen Diskursen widersetzen und ihre Gegenstände mit einer unmarkierten Sprache wiedergeben.⁵⁰⁰ „Baßler stellt eben nicht nur die Popliteraten auf den ästhetischen Prüfstand, sondern misst die gesamte Bandbreite der Gegenwartsliteratur an der Wirklichkeit und ihrer Darstellbarkeit.“⁵⁰¹

⁴⁹⁶ Harald Jähner in der „Berliner Zeitung“ vom 04.04.2000. www.berlinonline.de/berlinerzeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2000/0404/feuilleton.html

⁴⁹⁷ Eine Zusammenfassung der wichtigsten Rezensionen bietet Mathias Mertens in: Heinz Ludwig Arnold (Hg.), „Text und Kritik, Sonderband X/03, Pop-Literatur“, S. 201-217.

⁴⁹⁸ Mathias Mertens in: Heinz Ludwig Arnold (Hg.): „Text und Kritik, Sonderband X/03, Pop-Literatur“, S. 214.

⁴⁹⁹ Dirk Frank in: Heinz Ludwig Arnold (Hg.): „Text und Kritik“, S. 218-233.

⁵⁰⁰ Baßler (2002).

⁵⁰¹ Frank in: Heinz Ludwig Arnold (Hg.), „Text und Kritik“, S. 218.

1.2.11. Intertextualität

Dem *Tod des Autors* geht die Einführung des Intertextualitäts-Begriffs in die Literaturwissenschaft durch Julia Kristeva (1967) voraus. Kristeva spricht in ihrem berühmten Aufsatz zu Bachtin dem Autor jegliche Originalität ab und bezeichnet ihn als bloße „Verknüpfung“ von Zitaten.⁵⁰² In dieser Formulierung wird die Radikalität der Autor-Dekonstruktion ersichtlich, entpersonalisiert sie doch den Autor zu einer reinen Funktion. Matias Martinez weist in seinem Aufsatz „Autorschaft und Intertextualität“ darauf hin, dass der Autor „selbst in Fällen von extremer Intertextualität ein notwendiger (wenngleich nicht hinreichender) Bezugspunkt der Interpretation“⁵⁰³ bleibt. In seiner Argumentation bezieht sich Martinez auf einen Gerichtsbeschluss in den USA, der den Künstler Jeff Koons des Plagiats anklagt, weil er aufgrund einer Postkarten-Vorlage, ohne Erwähnung deren Autors, eine Skulptur gestaltet und verkauft hat. Martinez fragt in diesem Zusammenhang nach dem Verhältnis von Plagiat und Intertextualität und kommt zu folgender differenzierenden Definition:

Das Plagiat ist einerseits eine besonders intensive, andererseits aber eine defizitäre Form von Intertextualität. Der Plagiator imitiert zwar soweit wie möglich ein bestimmtes Vorbild; er ist jedoch bestrebt, den intertextuellen Bezug seines Werkes vor dem Rezipienten zu verheimlichen. In der Regel weiß nur der Plagiator selber, nicht aber der Rezipient um die intertextuelle Dimension des Werkes.⁵⁰⁴

Bezüglich der Pop-Literatur taucht gerade der Vorwurf des Plagiats, wie weiter oben bereits erwähnt, immer wieder auf. Betrachtet man jedoch unter Berücksichtigung der Überlegungen von Martinez die angeprangerten Texte, dann entbehrt der Vorwurf jeglicher theoretischen Grundlage: Pop-Autoren spielen mit Zitaten aus der gesamten Kultur. Dabei werden die Zitate nicht als eigene Gedanken verkauft, sondern sind (meist sogar typografisch⁵⁰⁵) als Zitate erkennbar gemacht. Fließen sie ohne Markierung in den Text ein, so sind sie dennoch für den anvisierten *impliziten Leser*⁵⁰⁶ erkennbar, da sie für diesen, von

⁵⁰² Nach Martinez in: Jannidis u.a (1999), S. 465.

⁵⁰³ Ebd., S. 466.

⁵⁰⁴ Ebd., S. 469.

⁵⁰⁵ Auffällig ist dabei, dass die übliche Verwendung der „-“ Zeichen so gut wie gar nicht vorkommt. Die Markierung besteht aus Kursivschrift, Fettdruck, Majuskeln etc., alles Elemente, die im ästhetischen Dienst stehen, im Gegensatz zu den im Vergleich dazu unscheinbaren „“. Vgl. dazu entsprechendes Kapitel in Teil I.

⁵⁰⁶ Gemäss der Definition von Genette, wie weiter oben besprochen.

Anvisiert deshalb, weil der idealtypische Leser nicht anders als „approximativ“ möglich ist. Ein idealtypischer Leser nämlich müsste in all seinem kulturellen Wissen und in der Beurteilung dieses Wissens mit dem Autor (hier als Text-Autor verstanden) einig sein, was logischerweise unmöglich ist. Dennoch ist ein möglichst kongruentes kulturelles Wissen, gerade bei derart

der ursprünglichen Bedeutung und Herkunft losgelöst, als Bestandteil des kulturellen Wissens erkennbar sind. Die Zitate, seien sie nun markiert oder nicht, werden schlichtweg als Elemente des Alltags, als Teile des Kulturellen Wissens vorausgesetzt. Diese Texte und Textfragmente aus dem Alltag, stammen sie nun aus welchem Medium auch immer, aus welcher Kultursparte auch immer, werden zum Text-Kunstwerk oder zumindest zum Teil des Text-Kunstwerkes erhoben. Es findet eine Aufwertung des Alltags im Hinblick auf seine Ästhetik statt, wie sie in den 1920er Jahren, initiiert durch Marcel Duchamps *Fountain* (1917),⁵⁰⁷ in der Art des *ready-made*⁵⁰⁸ und in der Literatur bei der *Poème trouvé*⁵⁰⁹ gang und gäbe war. Pop strebt eine Synthetisierung (im Sinne von Amalgamierung, weil verwendete Elemente „künstlich“ oder besser „künstlerisch“ zu einem neuen Ganzen zusammengefügt werden) des Kulturgutes an.

Als intertextuell wird für folgende Überlegungen gemäss Broich „[d]er Bezug zwischen einem Text und anderen Texten“⁵¹⁰ verstanden, wobei mit Text jede mögliche Form mündlicher und schriftlicher Sprach-Äusserung gemeint ist. In Bezug auf die Pop-Literatur mit ihren Verweisen und Anspielungen quer durch die Medienlandschaft, stellt sich automatisch die Frage, inwiefern diese intermediale Intertextualität allenfalls mit dem Begriff des „Hypertext“ in Verbindung steht. Unter „Hypertexten“ sind „nicht-lineare Texte zu verstehen, die sich aus einzelnen Informationseinheiten zusammensetzen.“⁵¹¹ Der Beitrag von Roland S. Kamzelak in „RLW II“ engt den Begriff noch etwas ein, indem „Hypertext“ auf das Medium des Computers begrenzt wird. Tatsächlich sind „Hypertexte“ ohne den Einbezug von digitalen Medien undenkbar. Es gibt jedoch unter den „Hypertexten“ durchaus solche, die als literarisch bezeichnet werden. Solche Texte sind „linear-sequentiell strukturiert, das heißt [dass sie] ebenso in Papierform erscheinen könnten und nicht an die elektronische Form gebunden sind.“⁵¹² Weitere Eigenschaften von literarischen „Hypertexten“ sind im Bezug auf ihre Fiktionalität zu finden. Sind „Hypertexte“ allgemein von einem

intertextuellen Texten wie es jene der Pop-Literatur sind, Voraussetzung für eine erfolgreiche literarische Kommunikation. Die Kritik des Plagiats kann dennoch nicht einfach aufgrund mangelnder Kongruenz beim Wissen um die Zitate erklärt oder gar legitimiert werden, da sie die einfache Tatsache missachtet, dass ein Plagiat sich auf die Imitation eines ganzen Werkes bezieht, was bei den untersuchten Texten weder den Umfang betreffend noch in der Intention der Imitation zutrifft.

⁵⁰⁷ Jenes berühmt gewordenen Urinal, das Duchamp zum Kunstobjekt erklärt hat.

⁵⁰⁸ Als *ready-made* wird die Verwandlung eines alltäglichen Gegenstandes in ein Kunstwerk verstanden. Diese ästhetische Aufwertung kann für das Wort übernommen werden (vgl. „*Poème trouvé*“), ist es doch an sich in unserem Alltag mehr informeller denn ästhetischer Natur und wird erst im künstlerischen (hier als Produkt eines willentlichen kreativen Aktes gemeint) Text zu Kunst oder zumindest zum Teil der Kunst.

⁵⁰⁹ Kurt Bartsch in: „RLW“, Bd. III, S. 94-96.

⁵¹⁰ Ulrich Broich in: „RLW“, Bd. II, S. 175-179.

⁵¹¹ Simone Winko in: „Rückkehr des Autors“ (1999), S. 511-520, hier S. 513.

⁵¹² Ebd., S. 520.

Informationsgestus geprägt (Winko), die im nicht-linearen Text als „Knoten“⁵¹³ zu weiteren Informationseinheiten dienen,⁵¹⁴ so werden unter dem Begriff der „Hyperfictions“ jene literarischen „Hypertexte“ verstanden, „die fiktional sind, beziehungsweise überwiegend fiktionale Bestandteile enthalten und nicht in erster Linie der Wissens- oder Informationsvermittlung dienen“.⁵¹⁵ Auch diese Texte sind normalerweise⁵¹⁶ an ein digitales Medium gebunden.

Das Typische und Innovative der Pop-Literatur nun liegt gerade darin, ähnliche Vernetzungen von Informationen aus verschiedensten Medien zu gewähren, auch wenn die „Knoten“ nicht immer markiert sind.⁵¹⁷ In dieser assoziativen Art der Vernetzung liegt die Nähe zu den „Hypertexten“. Die zahlreichen Anspielungen in den Texten der Pop-Literatur sind auch mehr als bloße „Wiedergabe von (Teil-)Merkmale als bekannt vorausgesetzter Textstellen“⁵¹⁸ zu verstehen. Sie fungieren vielmehr ähnlich der „Knoten“ als regelrechte Informationskapseln, die einmal aktiviert, analog zu den Informationsfeldern der „Hypertexte“, ganze Assoziations-Räume freilegen.

In einer Werbung für den neuen Golf sitzt ein gutaussehender Dreißigjähriger mit seinem fünfundsechzigjährigen Vater am Lagerfeuer. Beide freuen sich marlborohaft des Lebens“.⁵¹⁹

Der Knoten, oder besser gesagt die Assoziations-Kapsel, liegt bei diesem Beispiel im Wort „marlborohaft“. Hier wird in einem einzigen Adjektiv-Neologismus eine ganze Welt komprimiert, nämlich die Welt der freien und unabhängigen Cowboys, die einsam aber glücklich vor der romantisch-rauhen Kulisse des Grand Canyon in den Abend reiten, am Lagerfeuer schweigend ihr Leben genießen und niemanden ausser sich, das Pferd und eine Zigarette brauchen. Dies ist natürlich eine rein subjektive Auslegung der Szenerie, die durchaus auch viel negativer, homoerotischer, darwinistischer etc. interpretiert werden kann, je nach

⁵¹³ Als „Knoten“ wird bei den „Hypertexten“ und „Hypermedien“ jener Link verstanden, durch dessen Aktivierung neue Informationsfelder geöffnet werden.

⁵¹⁴ Am Evidentesten in den „Hypertexten“ des Internets zu finden, wo das Anklicken eines Informations-Knotens wie beispielsweise bei *Wikipedia.de* zu einer Reihe von nächsten Informations-Knoten führt.

⁵¹⁵ Winko in: „Rückkehr des Autors“ (1999), S. 521.

⁵¹⁶ Normalerweise deshalb, weil die Definition, oder zumindest Teile davon, in dieser Arbeit für die Bezeichnung und Eingrenzung von Pop-Literatur fruchtbar gemacht werden soll.

⁵¹⁷ Eine Logik in der Markierung bzw. Nicht-Markierung von Zitaten und Anspielungen in den untersuchten Texten konnte ich im Rahmen dieser Arbeit nicht herausarbeiten. Spekulativ jedoch kann gesagt werden, dass meist Inhalte und Zitate aus Werbespots und Filmen weniger markiert werden als beispielsweise Titel und Namen aus der Werbe-, Film- und Musikwelt. Es ist anzunehmen, dass dies aus dem Grund geschieht, weil sie als Kulturelles Wissen vorausgesetzt werden.

⁵¹⁸ Jürgen Stenzel in: „RLW Bd. I“, S. 93-96.

⁵¹⁹ Florian Illies: „Generation Golf I“, S. 59.

Hintergrundwissen, Neigung und persönlicher Erfahrung des jeweiligen Lesers. Eine wie oben beschriebene Auslegung der Szene dürfte jedoch approximativ jener des idealtypischen *impliziten Lesers*⁵²⁰ entsprechen, wobei der ironische Unterton des Erzählers nicht missachtet werden darf, liegt doch im Begriff „marlborohaft“ genau das Gegenteil von dem begründet, was in der zitierten VW-Werbung selbstironisch vom Erzähler reininterpretiert wird, wenn es nämlich weiter im Text heisst: „Ich wollte alles anders machen als mein alter Herr. Und nun fahren wir das gleiche Auto.“ Eine solche Haltung kann wohl kaum als „marlborohaft“ im metonymischen Sinne von frei, unabhängig, individuell bezeichnet werden.

Der Erzähler⁵²¹ indiziert mit einem einzigen Wort, „marlborohaft“, die Ausgangslage für eine Miniatur-Filmsequenz. In diesem Potenzial, das freilich nur dann ausgeschöpft wird, wenn die gemeinte Marlboro-Werbung auch bekannt ist, was jedoch als vom Autor präsupponiert betrachtet werden kann, da der Ausdruck nicht typologisch markiert ist – im Gegensatz zu anderen Anspielungen –, oder in diesem Sinn besser gesagt im Gegensatz zu anderen Zitaten an anderen Stellen, in diesem Potenzial also liegt mindestens eine „komplexe Anspielung“⁵²² begründet, wenn nicht gar eine den „Hypertexten“ ähnliche, immanente Informationsquelle.

Etwas näher noch an dem ursprünglichen Begriff von „Hypertext“ sind die Texte aus dem letzten Kapitel in „Remix2“ von Stuckrad-Barre zu situieren. Sie sind ganz im Sinne einer „demokratischen Enzyklopädie“⁵²³ zu verstehen und sind in Zusammenarbeit mit den Hörern von YOU FM, dem Jugendkanal beim Hessischen Rundfunk, entstanden. In dieser Zusammenarbeit liegt das hypertextuelle: über das Medium Radio wird von verschiedenen „Autoren“ ein gemeinsamer Text erstellt, nämlich von den Hörern und von Stuckrad-Barre, wobei letzterer als übergeordnete Autor-Instanz betrachtet werden muss, da er ja die Beiträge der anderen „Autoren“⁵²⁴ sammelt und zusammenfasst, einen

⁵²⁰ Gemäss des vereinfachten Schemas nach Gerard Genette, wie weiter oben erläutert.

⁵²¹ Die Verwendung von „Erzähler“ an dieser Stelle geschieht der Einfachheit halber. Es sei nochmals auf den Beitrag von Fotis Jannidis in: „Autorschaft“ verwiesen, in welchem er sich mit der mittlerweile dogmatisch gewordenen Trennung von „Autor“ und „Erzähler“ auseinandersetzt, die gerade bei den Pop-Autoren zumindest grösstenteils obsolet geworden ist, wie anhand von Stuckrad-Barres Aussagen zu seiner Hauptfigur, nämlich sich selbst, weiter oben bereits dargelegt worden ist.

⁵²² Gemäss Stenzel in: „RLW“, Bd. I, S. 93: „Komplexe Anspielungen schaffen darüber hinaus [über die einfache Anspielung hinausgehend] ein zusätzliches Deutungspotenzial, das aus der Verschmelzung (also gleichzeitigen Aktualisierung) des anspielenden Textes mit dem Text oder der Textgruppe resultiert, auf die angespielt wird.“

⁵²³ Als welche beispielsweise *wikipedia.de* bezeichnet wird, das auf Grund seines typisch verknoteten Charakters als Inbegriff von „Hypertext“ bezeichnet werden kann.

⁵²⁴ In dieser Arbeit wird das Beuys'sche Postulat des „Jeder Mensch ein Künstler“ ad exemplum geführt.

gemeinsamen Text erstellt.⁵²⁵ In dieser Art der Textherstellung wird das Modell der Doppelten Autorschaft wie auch des Doppelten Lesers untermauert: Der Hörer, als Analogum zum Leser betrachtet, wird zum Text-Versteher-Autor sowie zum Text-Produzenten-Autor, genauso wie der Autor (Stuckrad-Barre) zuerst zum Hörer (als Text-Versteher-Autor) wird, bevor er in die Textproduktion geht, um dann wiederum zum zweiten Mal als Hörer (bzw. Leser) die entstandenen Texte zu hören (lesen), und somit sowohl doppelter Leser wie auch doppelter Autor wird.⁵²⁶

Gerade bei einer solch komplexen Art von Intertextualität wird der *Implizite Autor* (zur Erinnerung: als Bild, das sich der Leser vom Autor macht) interessant, da durch seine Bezugnahmen zusätzlich andere Autoren impliziert werden, er sich sozusagen als Autor multipliziert und so ein komplexeres Bild des *Impliziten Autors* geschaffen wird, das auf einer Metaebene zu suchen ist. Interessant an dieser Stelle ist, dass Genette dem *Impliziten Autor* lediglich in Fällen der Täuschung seine Legitimation zugesteht:

Eine wirkliche Ausnahme [von der logisch bewiesenen Unmöglichkeit eines existierenden impliziten Autors] scheint mir nur in zwei Situationen vorzuliegen, die übrigens darin übereinstimmen, dass wir es jeweils mit Fälschungen zu tun haben, mit Texten also, die dem Leser, und zwar ohne jedes Korrektiv, ein untreues Bild des Autors suggerieren, ihn kurz gesagt betrügen.⁵²⁷

Da es in den Texten der Pop-Literatur ja geradezu von Anspielungen (deren Quelle per definitionem nicht vom *Realen Autor* angegeben wird) und Zitaten mit und ohne Verweis⁵²⁸ wimmelt, die meist im Dienste der Ironie⁵²⁹ stehen, haben wir es an dieser Stelle nur dann mit Täuschungen zu tun, wenn die „Knoten“ in unbeabsichtigter Art und Weise nicht funktionieren. Es erstaunt nicht, dass die

⁵²⁵ Das Erstellen eines gemeinsamen Textes in einem Massenmedium wird als „Cybertext“ bezeichnet. Für eine Anlehnung an die Terminologie aus den „Hypermedien“ begnüge ich mich jedoch mit der generalisierenden Bezeichnung von „Hypertext“, die dem Gegenstand völlig gerecht wird.

⁵²⁶ Ein weiteres Projekt, in welchem sich Benjamin von Stuckrad-Barre explizit mit multiplen Autorschaften beschäftigt, ist das seit 2006 laufende „Enzyklopädings“ auf „YOU FM“, dem Jugendkanal des Hessischen Rundfunks. Der Pop-Autor fungiert dabei einmal mehr als Sammler und Archivist (ganz gemäss Baßler), indem er in der Sendung „Nightline“ den Zuhörerinnen und Zuhörer „aufs Maul schaut“ und deren Antworten auf die Frage „welche Persönlichkeiten, welche Daten und welches Wissen wirklich wichtig und entscheidend ist“ sammelt und aufschreibt. Einer solchen Frage ist natürlich wieder der ausschliessende Charakter immanent, der sich als roter Faden durch die Pop-Literatur zieht.

⁵²⁷ Gérard Genette: „Implizierter Autor, implizierter Leser?“ In: „Texte zur Theorie der Autorschaft“ (2003), S. 242.

⁵²⁸ Wie weiter oben bereits dargelegt, meistens im Zusammenhang mit Werbeslogans oder Werbe-Szenen.

⁵²⁹ Die wiederum im Dienste des Ein- bzw. Ausschlusses steht und nicht ohne den Zusammenhang zum Sampling-Charakter der Pop-Kultur zu verstehen ist.

Pop-Literatur, die in mehrfacher Weise sich sprachlicher und ästhetischer Techniken aus der Werbung bedient, in den meisten Fällen der Anspielungen mit „geschlossenen“ Intertextualitätsstrukturen operiert.

„In der Werbung, die es auf Popularität absieht, haben wir es bis anhin in der Mehrheit der Fälle mit >geschlossenen< Intertextualitätsstrukturen zu tun, welche vom Rezipienten mühelos erkannt werden.“⁵³⁰

Dass gewisse Leser dabei auf der Strecke bleiben, scheint evident. Ein solcher Leser, der diese geschlossene Intertextualität in Form von Anspielungen und Zitaten nicht als solche erkennt, wird in Genettes Sinn betrogen, da die unerkannten „Fälschungen [...] ein untreues Bild des Autors suggerieren“.

Allgemein ist es schwierig, Genettes Terminologie für die Untersuchung der Pop-Literatur fruchtbar zu machen. Ihr Schwerpunkt liegt eindeutig in der Bestimmung von textuellen Beziehungen, ohne Berücksichtigung ihrer verschiedenen Medien. Einen solchen Einbezug aller medial verfügbaren Medien, um die Intertextualität in ihren bisherigen Dimensionen zu sprengen und der Multimedialität gerecht zu werden, haben die Herausgeber Meyer, Simanowski und Zeller in ihrem Werk „Transmedialität. Zur Ästhetik paraliterarischer Verfahren“ unternommen. Die darin versammelten Überlegungen zu intertextuellen, oder besser gesagt inter-kommunikativen⁵³¹ Bezügen lassen sich zumindest teilweise für die untersuchten Texte verwenden.

Idealtypische Beispiele für „Transmedialität“ werden in solchen Texten gefunden, deren Verständnis massgeblich von der Kenntnis jenes Textes abhängt, auf den die transmedialen Texte sich beziehen.⁵³² In diesem Sinne handelt es sich um eine Art der Insider-Literatur, die unter dem Begriff von „Paraliteratur“ subsummiert wird.

Der in Anlehnung an Genettes Begriff des Paratextes hier in die Diskussion gebrachte Terminus der *Paraliteratur* bezeichnet im Sinne der Herausgeber ästhetische Prozesse, die sich vom engen Rahmen der traditionellen Literaturgeschichte lösen, dabei die Dominanz der Schriftkultur demonstrativ durchbrechen und nur noch implizit in literarisch-ästhetischen Traditionsbezügen ihre Wirkung entfalten.⁵³³

⁵³⁰ Urs Meyer in: „Transmedialität“ (2006), S. 110-130, hier S.115.

⁵³¹ *Interkommunikativ* ist hier als Oberbegriff für alle möglichen optischen, akustischen und haptischen Erfahrungen der Elemente Sprache und Bild als kommunikative Komponente verstanden.

⁵³² Meyer / Siwanowski / Zeller (Hg.) in ihrem Vorwort zu „Transmedialität. Zur Ästhetik paraliterarischer Verfahren“ (2006).

⁵³³ Ebd., S. 11.

In ihrer intertextuellen Art gehen die „Paratexte“,⁵³⁴ dadurch, dass die Bezüge aus allen möglichen Medien stammen und sich nicht nur auf die sprachliche Dimension der Kommunikation beschränken, sondern auch optische (Werbung, Film und Fernsehen, Internet) und akustische (Musik, Radio, Internet) Merkmale berücksichtigen, über eine Intertextualität im Sinne von Genette hinaus. Seine Systematisierung aus „Palimpsestes“ kann nicht für die Analyse solcher multimedialer Bezüge ohne entsprechende Adaptationen verwendet werden. Vielmehr vermögen beispielsweise Bezeichnungen wie „Metamedialität“, als „metamediale Kommentierung eines objektmedialen Medienprätextes“,⁵³⁵ wie sie in den zahlreichen Anspielungen (als Kommentierung) aus dem Bereich der Werbung vorkommen, die Phänomene der Pop-Literatur adäquat zu benennen. Die wohl am meisten präsente Form der „Transmedialität“ ist jene der „Hypermedialität“, der „Metamedialität“ von allen Arten am stärksten verwandt. Sie impliziert weitere Bezugs-Arten wie „Aktualisierungen, Verdichtungen, Fortsetzungen, Erweiterungen, Übersetzungen, Korrekturen und Nachahmungen (u.a. Pastiche, Parodien, Travestien, Kontrafakturen)“⁵³⁶ und stammt meist aus dem Umfeld von Film und Fernsehen und Werbung.

Bedenkt man, „dass Transmedialität stets auch eine Wirkungssteigerung zum Ziel hat“,⁵³⁷ dann überrascht es sicherlich nicht, dass sowohl die Werbung wie auch die von der Werbesprache geprägte Pop-Literatur teilweise inflationär davon Gebrauch machen. Geht es bei der Werbung um eine verkaufssteigernd motivierte Persuasion des ästhetisch beworbenen Produktes, so geht es bei der Pop-Literatur nicht nur um eine Persuasion der ästhetischen Meinung, sondern auch um eine ästhetisch gefärbte Persuasion einer bestimmten ästhetischen Meinung. Und ästhetisch ist hier natürlich ganz im bereits besprochenen Sinne einer Oberflächen-, oder Produktästhetik gemeint.

1.2.12. Sampling

„Sampling“ ist eine andere Bezeichnung für *sammeln und neu zusammensetzen*.⁵³⁸ Es handelt sich, wie wir gesehen haben, um eine Art des

⁵³⁴ Dazu können die untersuchten Texte der Pop-Literatur nach den bisherigen Ausführungen durchaus gezählt werden.

⁵³⁵ Meyer in: Meyer / Siwanowski / Zeller (2006), S. 121.

⁵³⁶ Meyer in: Meyer / Siwanowski / Zeller (2006), S. 122-123.

⁵³⁷ Ebd., S. 124.

⁵³⁸ In diesem Punkt gleicht der Urheber dieser Tätigkeiten noch stark dem Autor gemäss Barthes, welcher diesem nach der Absprache von Originalität im Schreibakt lediglich die Tätigkeit des Zerlegens und Mischens von vorhandenen Textbausteinen zuspricht: „son seul pouvoir est de mêler les écritures“, aus: Barthes (1984), S. 65.

Zitierens oder zumindest des Verweisens auf andere Textstellen. Dieses Zitieren jedoch sprengt die Grenzen bisheriger ähnlicher Praktiken, zumal diese meist die schriftliche Form von Sprache in Büchern und Zeitschriften betroffen hat. Pop-Autoren beziehen sich sowohl beim offensichtlichen wie auch versteckten „Zitieren“ auf Textquellen aller möglichen Herkunft und Genres. Sie „lesen“ nicht nur, wie die Autoren der Postmoderne im Allgemeinen, literarische Werke und setzen diese in ihren Versatzstücken neu zusammen, sondern bedienen sich unserer ganzen multifaren Kultur, um aus ihren textuellen Einzelteilen verschiedenster Herkunft ein neues Text-Konglomerat zu bilden. Die Quellen stammen dabei aus der Werbung, dem Fernsehen allgemein, aus Kinofilmen, aus der Musikszene, aber auch aus der Politik (meist ironisch, kritisch verwendet). Es können dies Aussagen sein von Personen aus der „primären Lebenswelt“ (Politiker, Fernsehjournalisten, Moderatoren, Prominente; als Quelle dienen natürlich die Medien, und zwar alle, von der Zeitung über Radio und Fernsehen hin bis zum Internet), aber auch Figuren aus „sekundären“ Lebenswelten.⁵³⁹ Das „Lesen“ anderer Autoren, aber auch der medialisierten Welt insgesamt, ist bestimmt nicht neu im Zusammenhang mit dem kreativen Akt des Schreibens. In dieser Radikalität jedoch, die aus der Grenzenlosigkeit der für lesbar qualifizierten „Stoffe“ aus unserer gesamten Lebens-Kultur resultiert, gehen die Pop-Autoren als „Leser“ weiter, als alle bisherigen Autor-Konzepte es erfasst haben. Der Akt des Lesens wird dem Akt des Schreibens in seiner Bedeutung mindestens gleichgestellt. Das Lesen ist nicht länger die bloss vorausgesetzte stille Arbeit eines Autors, sondern wird als aktiver Teil des Schreib-Prozesses als solcher ins Zentrum gerückt. Nicht anders ist die Idee des Samplings zu verstehen: als expliziter Verweis auf das Schreibverfahren als interaktiven Akt.

„Sampling“ ist ein fiktionales Verfahren der Textproduktion mittels Einbindung mehr oder weniger bekannter Textfragmente aus allen Bereichen unserer Kultur, wobei mit Kultur hier in erster Linie die postmoderne Alltagskultur gemeint ist.⁵⁴⁰ Verwendet wird dann auch vom Politiker-Zitat über Filmzitate bis hin zu Werbeslogans alles, was auch nur annähernd als Teil des Kulturellen Gedächtnisses⁵⁴¹ vorausgesetzt wird. Es geht dabei nicht um ein dem Genie-Kult verpflichteten Bestreben nach prometheischer Originalität, sondern um die Originalität der neuen Zusammensetzung. Darin liegt der Fehler, der vielen kulturkritischen Standpunkten zu Grunde liegt: Wenn von Originalität die Rede ist, so gibt es davon mehrere Dimensionen und Aspekte. Vor dem

⁵³⁹ Zur Definition von „Primärer“ und „Sekundärer Lebenswelt“ siehe Kapitel 2 „Virealitäten“.

⁵⁴⁰ Dies natürlich ganz im Sinne eines postmodern nivellierten Kulturbegriffs gemeint, der keine Grenzen zwischen E- und U-Kultur mehr zulässt.

⁵⁴¹ Wobei sich das Kulturelle Gedächtnis hier auf jenes des Zielpublikums beschränkt.

Hintergrund genieästhetischer Theorien ist das popliterarische Verfahren natürlich nicht original. Aus heutiger autor-theoretischer Sicht jedoch sehr wohl, wie gezeigt worden ist.

Postmoderne, und vor allem medial stark geprägte Autoren wie beispielsweise Benjamin von Stuckrad-Barre und Christian Kracht, haben sich das Arbeiten mit Textversatzstücken/Textfragmenten zum Programm gemacht. Ihnen geht es nicht um prometheische Innovation, sondern um möglichst kreative Renovation. Das „Sampling“, das nach Benjamin von Stuckrad-Barre auch als Remixing⁵⁴² bezeichnet werden könnte, ist zugleich Weg und Ziel des künstlerischen Schaffens. Wohl wissend, dass in unserer multimedial geprägten Kultur eine Innovation schlichtweg unmöglich ist, ohne im Geringsten auf Bestehendem bewusst oder unbewusst zurückzugreifen, haben sie im „Sampling“ eine von vielen innovativen Arten der kreativen Arbeit mit Texten.

1.2.13. Literaturbetrieb

In Zeiten des Konkurrenzkampfes, rückgängiger Verkaufszahlen im Buchhandel aufgrund steigender Präsenz von Schriftlichkeit allgemein und Literatur im Besonderen in den noch gratis verfügbaren Tiefen des Internets ist es kein Wunder, dass auch der Literaturbetrieb sich mehr denn je am Markt orientieren muss. Die Zeiten unabhängiger Verlage sind längst vorbei, Bücher sind Verkaufsware wie alle anderen und unterliegen den gleichen Vermarktungsmechanismen. Die Autoren der Pop-Literatur sind durch ihre Biografie geradezu infiltriert mit den Methoden und Möglichkeiten der Massenmedien und nutzen diese entsprechend aus, beziehungsweise lassen sich von diesen ausnutzen.

Die andere Seite war immer das Strahlen, das Tempo, die Öffentlichkeit, die er [Stuckrad-Barre] suchte, fast wie einen Freund. Aber die Öffentlichkeit ist kein Freund, sie ist ein Feuer, das einen erst wärmt und dann verzehrt.⁵⁴³

⁵⁴² Nach Benjamin von Stuckrad-Barres gleichnamigem Werk.

⁵⁴³ Georg Diez: „Der seltsame Weg des Benjamin von Stuckrad-Barre: Von der Schwierigkeit, mit der Gegenwart auf Augenhöhe zu bleiben“ in: „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“ vom 04.04.04, Nr. 14, S. 19.

1.2.14. Vermarktung

Vor sechs Jahren erschien Stuckrad-Barres Roman "Soloalbum", der ihn zu einer Figur machte, die vor allem deshalb einem Popstar glich, weil alles an dieser Figur größer war als im wirklichen Leben.⁵⁴⁴

Diese Überhöhung der Autoren zu Superstars ist geradezu symptomatisch für die 1990er Jahre, die auch als Jahrzehnt der Superlative bezeichnet werden kann. Diese Superlative betreffen nicht nur die Popstars, sondern prägen geradezu die Sprache jener Generation, die in den besagten zehn Jahren ihren Lebenshöhepunkt⁵⁴⁵ erreicht und deren Autoren sich geradezu dadurch definieren, diese besagte Sprache⁵⁴⁶ in ihren Texten zu benutzen. Eine derart dem Alltag verpflichtete Sprache ist gerade im Zeitalter allgemeiner Kulturkritik dafür prädestiniert, das Publikum zu spalten. Die Verächter kommen aus den Reihen der Kulturpessimisten. Die Anhänger sind aus deren Sicht die Verursacher jener Kulturkrise, zeitgenössische Barbaren. Diese wiederum bilden die Masse, welche letztendlich Autoren zu Stars und Stars zu Superstars macht. Im Zeitalter der Massenmedien ist das Publikum so mächtig wie noch nie, und dies gilt auch im Verlagswesen:

Ebenso bezeichnende Beispiele für die vielerorts grassierenden Werbe- und Selbstdarstellungsmethoden bietet das gegenwärtige Verlagswesen. Während Buchdeckel früher nur den Titel des Ganzen sowie den Namen des Verfassers oder der Verfasserin verieten, werden sie heute von vielen Verlagen – um im immer schärferen Konkurrenzkampf auf dem Buchmarkt überhaupt noch mithalten zu können und nicht wegen mangelnder Reklame Bankrott zu machen – obendrein mit einem als Blickfang gedachten Schutzumschlag ausgestattet, der mit anreizenden Schrifttypen, einer geschickt platzierten Illustration, einem hochtrabenden Klappentext und einem Porträt des Autors oder der Autorin versehen ist. Außerdem finden sich auf diesen Umschlägen neuerdings sogar die private Neugier befriedigende Lebensdaten, lobende Äußerungen irgendwelcher Fachkoryphäen über den Inhalt des betreffenden Buchs sowie Hinweise

⁵⁴⁴ Ebd.

⁵⁴⁵ Mit Lebenshöhepunkt sind die Lebensjahre zwischen 20 und 30 gemeint. Finden diese in den 1990er Jahren statt, entspricht dies der „Generation Golf“, wie Florian Illies sie definiert hat. Eine solche Bezeichnung hängt freilich mit jener Lebenssicht zusammen, die den Pop-Autoren zueigen ist, und im Kern aussagt, dass das Leben mit 30 zu Ende ist, da der *Spass* (Vgl. „Spassgesellschaft“) offensichtlich in diesem Lebensalter aufhört. Die „Spassgesellschaft“ betrifft demnach nicht die ganze Gesellschaft, sondern in erster Linie eine Generation, die Generation Golf

Vgl. im Gegensatz dazu: „Das Ende der Spassgesellschaft“ (Gleichnamiges Buch von Peter Hahne). Der Begriff „Spassgesellschaft“ wurde erstmals in der „TAZ“ vom 23. Januar 1993 verwendet, wenn die Recherche von Lutz Hachmeister im „Tagesspiegel“ vom 07.04.2001, korrekt ist. Es ging dabei um Fußball, also ein Phänomen der Freizeitkultur. Damit begann die Karriere eines Begriffs, dessen Höhepunkt um die Jahrtausendwende erreicht wurde. Seit dem 11. September 2001 hat die Formel vom *Ende der Spassgesellschaft* Hochkonjunktur.

⁵⁴⁶ Wie in der rhetorischen Analyse in Teil I detailliert dargelegt.

auf weitere Publikationen des gleichen Verlags, um so möglichst viele Käufer und Käuferinnen anzulocken.⁵⁴⁷

Als Popstar zu leben heisst deshalb, dem Markt gerecht zu werden, mit dem Auftraggeber gewisse Verpflichtungen einzugehen, auch wenn dies mit dem Preis der Preisgabe des Privaten einhergeht. Aber nicht zuletzt heisst es, den Fans zu genügen. Es reicht nicht, einen Verlag zu finden, der bereit ist, alle Werbetrommeln zu aktivieren, denn schlussendlich entscheiden die Verkaufszahlen über Erfolg und Misserfolg, Stars und Sternchen. Um diesen Erfolg zu sichern, beginnt die Vermarktung und Imagebildung bereits im Buch selbst. Das Buch muss zum Autor passen und umgekehrt. Die Werbestrategie bei Massenproduktionen ist bis ins letzte Detail durchdacht und impliziert immer die ästhetischen Codes der Zielgruppe.

Betrachtet man die Verbindung von Buchschmuck und Dichtung, die Bemühungen vieler Autoren und Verleger, ihren Büchern durch Papierqualität, ausgewählte Schriften, graphische Gestaltung und darauf abgestimmtes Bucheinband eine besondere künstlerische Note zu geben, so kann man sich fragen, ob hier – über die zusätzlichen ästhetischen Informationen, die Information der Typographie – nicht tatsächlich *das Medium zur Botschaft*⁵⁴⁸ wird. Von besonderem kommunikationstheoretischem Interesse ist dabei die Möglichkeit, daß Elemente der Buchgestaltung Symbolfunktionen innerhalb des ästhetisch-literarischen Werks enthalten können.⁵⁴⁹

Der kommunikative Aspekt der Buchgestaltung ist entsprechend der Image-Vermittlung des Künstlers an sich ein ästhetisch persuasiver Akt. Durch die Identifikation des Lesers mit den ästhetischen Cover-Codes ist der erste Schritt zum Kauf getan. Ein entsprechend ansprechender Klappentext sorgt für die Rest-Überzeugung, und zwar mittels der gleichen Codes, jedoch in schriftlicher Form. Gelingt auch noch die Identifikation in der Lektüre, wird der Leser zum Fan, und somit zum Käufer des nächsten Buches. Viele Fans bilden das Publikum, und dieses ist mächtig und in seinen Vorstellungen über den Künstler relativ rigide.

Nicht nur in der Musikszene, der grössten Popstars generierenden Sparte, werden die Stars vom Publikum gemacht. Jede öffentliche Person unterliegt diesem Prinzip. Um den Ansprüchen des Publikums bezüglich der geforderten

⁵⁴⁷ Jost Hermand: „Reclame oder Triumph der Warenästhetik“, in: „Nach der Postmoderne“ (2004), S. 90-124, hier S. 98.

⁵⁴⁸ Die Anspielung betrifft Marshal McLuhan, der mit dieser These populär geworden ist. Für McLuhan liegt das Wesentliche des Mediums in seiner Form und nicht in dem vom Medium übermittelten Inhalt. McLuhan betrachtet die Veränderungen in den Medientechnologien als wesentliche Ursache für soziale Veränderungen und räumt den Medien an sich somit eine enorme Macht ein. S. u.

⁵⁴⁹ Monika Dimpfl: „Literarische Kommunikation und Gebrauchswert. Theoretische Entwürfe“ (1981), S. 28.

Authentizität als Künstler gerecht zu werden, weitet so manch einer paradoxerweise die Grenzen seiner realen Person aus.

Durch den Hinblick darauf, dass ihr Leben zu einer ständigen Leinwand für ihre Werke wurde, waren sie dazu gezwungen, im Leben epische Motive zu inszenieren und sich andererseits eine künstliche biographische Legende mit einer bewussten Zusammenstellung realer und erdachter Ereignisse zu schaffen.⁵⁵⁰

Dass dieses Prinzip funktioniert und das Publikum begeistert, mag wohl daran liegen, dass eben jenes unter Authentizität den Schwerpunkt eher auf „Originalität“ als auf „Echtheit“⁵⁵¹ setzt, was vor dem Hintergrund der „Virealitäten“⁵⁵² nicht verwundert, welche ein Prädikat wie „Echtheit“ obsolet erscheinen lassen. Zudem haben wir es an dieser Stelle mit jenem Phänomen zu tun, das Marshall McLuhan in seinen Überlegungen zu „Das Medium ist die Botschaft“⁵⁵³ approximativ als *Mythos aus praktischen Gründen* umschreibt. Es handelt sich dabei um die schlichte (und ergreifende) Tatsache, dass gerade im Zeitalter der Massengesellschaft mit ihrer schier unendlichen Zunahme an Informationen, deren Differenzierung eben nicht wie anzunehmen stattfindet, sondern der Mensch dazu neigt, aus den praktischen, wenn nicht gar pragmatischen Gründen der Zeitersparnis, lieber am Mythos⁵⁵⁴ fest zu halten. Insofern erklärt sich, warum aus einem Künstler ein Star, ein Superstar oder, meist bei einem frühen Todesfall wie beispielsweise im Falle von James Dean, Elvis Presley, Marilyn Monroe, J. F. Kennedy etc., gar ein Mythos wird, dessen Image schwer zu ändern ist.

Dieses Festhalten am Image geht vom Publikum aus. Dieses ist dem Star meist nur in einem bestimmten Image treu, und zwar in jenem, mit dem es den besagten Menschen zum Popstar gemacht hat. Image-Wechsel sind demnach in der Branche nur selten von Erfolg gekrönt, sodass mancher Künstler zurück zum „Alter Ego“ wechselt, nachdem er erfolglos versucht hat, sich neu zu definieren. Die Neudefinition gelingt nur, wenn sie Teil des Image-Konzeptes ist, wie dies beispielsweise beim Popstar *Madonna* der Fall war. Sie ist gerade durch ihren Chamäleon-Charakter, sowohl musikalisch wie auch im Auftreten, berühmt

⁵⁵⁰ Boris Tomaševskij: „Literatur und Biografie“ in: „Rückkehr des Autors“ (1999), S. 49-65, hier S.52.

⁵⁵¹ Übernommen in Bezug auf die Zertifizierung von Texten. Grubmüller / Weimar in: „RLW“ Bd. I, S. 168-169.

⁵⁵² Als Vermischung von Realität und Virtualität verstanden. Näheres dazu s.u.

⁵⁵³ Baltes u. a. (Hg): „Marshall McLuhan. Das Medium ist die Botschaft. The Medium is the Message“ (2001).

⁵⁵⁴ Ausführliche und interessante Lektüre zum Begriff des Mythos, gerade im Zusammenhang mit dem für die Pop-Literatur wichtigen Feld des Alltags, liefert Roland Barthes in seinen „Mythen des Alltags“. Auch Ben Bachmair macht in seinem Werk „Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder“ interessante Überlegungen zu diesem Stichwort, S. 100-163.

geworden. Insgesamt jedoch scheitern die Künstler meist bei ihren Bemühungen um einen Image-Wechsel daran, dass sich kein Publikum findet: Das bis dato treue Publikum bleibt nur dem alten Image treu, ein neues Publikum findet sich nicht, da das alte Image zu stark ist. Aus den Popstars werden Figuren, die in ihrer Ausführung und Rolle genau vom Publikum definiert sind. Dieses will keine Abwechslung einer Figur, hat es doch genügend andere Figuren für andere Rollen zur Auswahl. Auch hier herrscht das Prinzip der Masse, im Sinne von massenhaften Möglichkeiten.

Der Popstar bleibt gefangen in der Rolle, in welcher er vom Publikum zum Star gemacht wurde. Dies scheint der Preis für den Erfolg zu sein. Man stelle sich bloss eine *Nina Hagen* in der Rolle einer mausgrauen, treusorgenden Hausfrau und Mutter vor. Eine solche Rolle ist bei dieser Künstlerin nur im ironischen Sinne denkbar. Die Erwartungen des Publikums sind marktbestimmend. Diese zu enttäuschen, bedeutet niedrige Quoten und damit finanzielle Einbussen. Solche negativen Reaktionen werden im zeitgenössischen Kulturbetrieb, mit ganz wenigen ideologisch geprägten Ausnahmen, nicht toleriert. Ein Popstar kann schnell von jener Bildfläche verschwinden, die ihm überhaupt seine Star-Existenz ermöglicht. Künstler zu sein bedeutet in einem profitorientierten Kunstbetrieb: konstant bleiben. Dass an dieser Konstanz so manche inadäquat gewählte Rolle scheitert, ist evident.

Die Vermarktung interessiert sich nicht für den Künstler, sondern für das Publikum. Sie ist immer publikumsorientiert. Einen Künstler zu vermarkten bedeutet, voll und ganz die Bedürfnisse des Publikums zu kennen und zu befriedigen. Wenn dies bedeutet, der Künstler muss sich inszenieren, weil er es beispielsweise bislang immer gemacht hat, dann wird der Künstler es auch tun. Sei es aus persönlichen oder künstlerischen Interessen, oder sei es aus dem einfachen Grund, weil er vertraglich dazu verpflichtet ist.

Einer der aktuellen Stars, der dieses Prinzip der Selbstvermarktung wohl am Besten beherrscht und das strategisch wichtige Wort des „Entertainments“ geradezu besingt (Let me entertain you) ist Robbie Williams. An seiner Biografie wird, ähnlich wie bei Benjamin von Stuckrad-Barre, der als „Vermarktungsgenie“⁵⁵⁵ unter den Pop-Autoren gilt, ersichtlich, dass das von Erwartungen geradezu erstickte Leben eines Super-Stars nicht selten mit massiven Bewältigungsproblemen einhergeht. „If I stopped lying I’d just disappoint you“ heisst es bei Robbie Williams in seinem Song „Come undone“. In dieser kurzen Zeile bringt er auf den Punkt, worin die grösste Problematik eines solchen Star-Status liegt: in der Maskerade. Und dabei spielt nicht nur das Image eine Rolle,

⁵⁵⁵ Claudia Tieschky in: „Süddeutsche Zeitung“, Nr. 125, 02.06.2004, S. 17.

die es einzuhalten gilt, um sich die Gunst des Publikums zu sichern, sondern nicht zuletzt der massive Steigerungs-Imperativ sorgen für einen Druck, dem ein normaler Mensch nur schwer standhalten kann. Die Steigerung, das Superlative⁵⁵⁶ hat bereits Anfang der 1990er Jahre Einzug in die Medien genommen. Bis heute ist die Steigerung das „ultimative“ Instrument geblieben, sich von der Konkurrenz abzusondern. Aus „Super“ wurde „Mega“ und inzwischen scheinen wir bei der Notion „ultimativ“ angekommen zu sein. Bei solchen begrifflichen Höhenflügen stellt sich natürlich die Frage, ob das Überhöhte bei einer derartigen, geradezu inflationären Dauerpräsenz nicht obsolet wird. Das Problem liegt wohl in der Annahme, es gebe kein Weg zurück. Runterschrauben war selten eine Tugend bei den Massenmedien. Da plädieren die Privat-Sender wie beispielsweise PRO7 doch lieber mit Slogans wie „Schärfer als die Realität“ für eine neue Nuancierung der superlativischen Tendenz.

Eine andere Möglichkeit der Selbstdarstellung liegt in der Lückenhaftigkeit und Rätselhaftigkeit der Informationen zur Person. Diese Taktik wird beispielsweise Christian Kracht zugeschrieben, freilich nicht ohne eine negative Grundkritik.

So inszeniert er [Christian Kracht] um seine Person dieselbe Aura des Rätselhaften, die seinen Roman "1979" umgibt. Wie eine leere Tafel, eine Projektionsfläche, in die man viel hineininterpretieren kann.⁵⁵⁷

Wenn Autoren gar als Models auftreten, um medial präsent zu sein, wie es Benjamin von Stuckrad-Barre und Christian Kracht für die Modefirma Peek & Cloppenburg gemacht haben, so reagiert die Kulturkritik und appelliert an eine unabhängige Haltung, die gemäss Jost Hermand geradezu anachronistisch und in diesem Sinne avantgardistisch ist:

Schließlich sind Eitelkeit, Durchsetzungsdrang und Selbstreklame in jeder marktwirtschaftlichen Gesellschaft, in der es keine überindividuellen und damit solidaritätsstiftenden Wertvorstellungen mehr gibt, geradezu systemimmanent geworden. [...] Hier will also jeder Mensch – im Rahmen der ihm vorgegaukelten unbegrenzten Möglichkeiten – ein vielversprechendes Talent, ein Starlet, ein vom Erfolg Begünstigter, wenn nicht gar ein strahlendes Gestirn am Himmel der grauen Allgemeinheit sein.⁵⁵⁸

⁵⁵⁶ Vgl. Leitthema in Teil I.

⁵⁵⁷ Markus Kuhn in: „Christian Kracht. Der unzuverlässige Erzähler“, „Titel-Magazin“, 20.02.2004. www.titel-forum.de

⁵⁵⁸ Jost Hermand: „Nach der Postmoderne. Ästhetik heute“ (2004): „Jeder ein Star, jede eine Diva“, S. 95.

In dieser Aussage wird die Beuys'sche Forderung „Jeder Mensch sei ein Künstler“ geradezu ad absurdum geführt, denn wenn jeder ein Künstler ist, dann ist es gleichzeitig auch keiner.

1.2.15. Virealitäten

Keine Frage, die Realitäten vermischen sich dank der Massenmedien und massenkommunikativen Kanäle in einer durchdringenden Art und Weise wie noch nie. Die Menschen haben die Möglichkeit, sich online in Parallelwelten einzuloggen, um wenigstens dort dem Credo des besseren Menschen gerecht zu werden. Dabei ist mit „besser“ kein ethisches Moment gemeint, sondern, in einem viel einfacheren aber scheinbar in der Realität doch nicht zu effektivierenden Sinne, der hauptsächlich von Eigenschaften abhängt, die der Oberfläche⁵⁵⁹ zuzuordnen sind, blosses Prestige, Ansehen, In-Sein. Dabeisein ist alles. So manche in der Lebenswelt nicht zustande gekommene Sozialisation reüssiert in der digitalen Parallelwelt.⁵⁶⁰ Die Wirklichkeiten vermischen sich zu „Virealitäten“,⁵⁶¹ und ebenso natürlich die Wahrheiten, in diesem Fall über sich selbst. Was Menschen in ihrer Parallelwelt anstreben, ist das, worauf die an ihrer Übersteigerung scheiternden Superstars wohl gern verzichten würden. Während die „normalen“ Menschen sich ein besseres Leben wünschen, mit mehr Anerkennung, besseren Klamotten, mehr Glamour und „Hype“, scheitern die „Super-Menschen“, von eben den normalen Menschen aus besagten Sehnsüchten dazu gemacht, genau an der Realisierung dieser Träume. Es scheint, dass die Erfüllung der realen, aber übersteigerten Wünsche einer „primären Lebenswelt“ sich nicht mit der ihr inhärenten Realität zu decken vermag.

Als „primäre Lebenswelt“ wird im Folgenden die physisch und psychisch „erlebte“ Welt bezeichnet, die erleben wie Beruf, Familie, Essen, Trauern etc. beinhaltet. Im Gegensatz dazu werden virtuelle Realitäten als „sekundäre Lebenswelten“ bezeichnet. Dieser Unterscheidung liegt die Prämisse zugrunde, dass alle möglichen Realitäten für die Individuen graduell in ihrer Qualität nicht unterschieden werden. Konkret heisst das, ein Traum, ein Film oder das Lesen eines Buches lösen kognitiv vergleichbare Emotionen hervor wie das tatsächliche Leben. Die Grenzen zwischen primärer und sekundärer Lebenswelt sind

⁵⁵⁹ Dieser Begriff steht hier für sich, ohne irgendwelche Bewertungen, weder in positiver noch negativer Richtung.

⁵⁶⁰ Z. B. das Netz-Spiel „Second Life“.

⁵⁶¹ Nowotny (2005), S. 44.

verwischt.⁵⁶² Es finden Identifikationen mit Individuen aus sekundären und tertiären Lebenswelten statt, die in ihrer Art der Funktion eines „Alter Ego“ nahe kommen. Eine derartige duale Systematisierung von Realität impliziert natürlich eine Präferenz der primären Lebenswelt. Diese Präferenz ist nur bei nicht-pathologischen Individuen gewährleistet. Bei pathologisch dissoziierten Subjekten mit beispielsweise einer (Internet)-Spielsucht, einer Daily-Soap-Sucht oder Ähnlichem, die suchtbefragt mehr Zeit in „sekundären Lebenswelten“ verbringen, ist eine solche Polarisierung nicht adäquat. In diesem Sinne geht die Dualisierung von einer gewissen sozialen „Norm“ aus, die sich auf Zeit und Gesundheit bezieht, und aus diesem Grund natürlich willkürlich ist.

Im Falle eines Superstars, der sich in seine Maskeraden verliert, oder eines Autors, der sich symbiotisch mit seinen Figuren vereint, ist die Lage etwas, aber nicht viel anders. Im Gegensatz zum einfachen Menschen, der die Flucht aus seiner ihm unzulänglich erscheinenden Lebenswelt ergreift, um sich in einer Parallelwelt besser zu fühlen,⁵⁶³ flieht der Superstar in seine Masken und Kostüme, wie der Autor sich in seine Figuren versteckt. Die vollkommene Identifikation der Autoren mit ihren Figuren ist dabei kein zeitgenössisches Novum. Seit der Emanzipation der Schreibenden über ihre Auftraggeber, bewegen sich immer wieder Autoren zwischen den Welten. Am häufigsten war dieses Phänomen bislang wohl in der Romantik vertreten.

Der Autor wird zum Zeugen und lebendigen Teilnehmer seiner Romane, zum lebendigen Helden [oder auch Antihelden]. Es vollzieht sich eine doppelte Umwandlung: Die Helden werden für lebendige Personen gehalten, und die Dichter werden zu lebendigen Helden, ihre Biographien verwandeln sich in Gedichte. [...] Die Wechselbeziehungen von Leben und Literatur in der romantischen Epoche waren verworren. Dem Problem ‚Romantik und Sitten‘ sind ganze Untersuchungen gewidmet, und manchmal ist es schwierig zu entscheiden, ob die Literatur diese oder jene Lebenserscheinung reproduziert oder ob umgekehrt diese Lebenserscheinung das Resultat des Eindringens literarischer Schablonen in das Leben ist.⁵⁶⁴

Insgesamt bestehen durchaus Parallelen zwischen der Romantik und der Postmoderne.⁵⁶⁵ Mit der deutschen Romantik vollzog sich ein fundamentaler Einschnitt in der Geschichte menschlicher Erfahrung und Wahrnehmung, welchem die postmodernen Virealitäten in ihrer allumfassenden Dimension nahe

⁵⁶² Aufschlussreiche Literatur dazu liefert bereits Schmitz-Emans: „Spiegelt sich die Literatur in der Wirklichkeit?“ (1994).

⁵⁶³ Es handelt sich dabei tatsächlich um psychologische und soziologische Dimensionen.

⁵⁶⁴ Boris Tomaševskij: „Literatur und Biografie“ in: Jannidis u.a. (1999), S. 49-65, hier S. 54.

⁵⁶⁵ Interessante Zusammenhänge finden sich in Edward Larissy's Sammlung von Essays zu diesem Thema, mit dem Titel: „Romanticism and Postmodernism“. Besonders empfehlenswert darin die Beiträge „Virtual Romanticism“ von Fred Botting, „A sense of endings: some Romantic and postmodern comparisons“ von J. Drummond Blue und „Postmodernism/fin de siècle: defining ‚difference‘ in late twentieth-century poetics“ von Marjorie Perloff.

kommen. Die für beide Epochen zentrale Wirklichkeitsproblematik hat nicht nur zu psychologischen und sozialen Umwälzungen geführt,⁵⁶⁶ sondern in entsprechendem Masse „Superstars“ hervorgebracht. *Werther* als *Goethes Alter Ego* war einer der frühen literarischen Superstars. Ganze Teenie-Generationen haben sich, wie der junge Herzog von Sachsen-Weimar und wie noch der junge Napoleon Bonaparte, mit ihm identifiziert, und dies in einer Art und Weise, die nicht zuletzt durch die mediale Macht jene Dimensionen angenommen hat, die bis dato unbekannt waren.

Monika Schmitz-Emans macht in Zusammenhang mit der Bewältigung der als unzulänglich empfundenen Realität mittels Theatralisierung derselben in ihren „Überlegungen und Thesen zu einer Poetik der Vorahnung“⁵⁶⁷ folgende interessante Bemerkung:

Den weiteren Hintergrund moderner Rekurse auf das Theater-Modell bildet zum einen der von Nietzsche inaugurierte Gedanke einer ästhetischen Rechtfertigung der Welt, die auf anderem Weg nicht mehr zu rechtfertigen sein mag, zum anderen der ebenfalls mit Nietzsches Namen verknüpfte, dabei freilich schon der Romantik geläufige Gedanke, es gebe keine Identitäten, nur Rollen und Masken, und jegliche ‚Realität‘ sei ‚Inszenierung‘.⁵⁶⁸

Als „modern“ scheint mir diese „ästhetische Rechtfertigung“ wiederum nicht gerechtfertigt zu sein, oder nicht mehr, ist doch die Frage nach der „kategorialen Differenz zwischen Leben und Drama“⁵⁶⁹ seit dem Mittelalter bis heute nicht restlos geklärt, aber immer wieder aktuell. Geklärt ist jedoch gemäss Schmitz-Emans Folgendes:

[D]ie Überwindung der „unergiebig und irreführenden Oppositionen Wirklichkeit und Kunst, Wahrheit und Lüge, Tatsache und Erfindung, Faktizität und Illusion. [...]

In der sprach- und literaturwissenschaftlichen Diskussion habe sich weitgehend ‚die Auffassung durchgesetzt, dass die Bestimmung von Fiktionalität nicht auf die Frage nach Wirklichkeit, Wahrheit oder Überprüfbarkeit zurückzuführen sei.⁵⁷⁰

⁵⁶⁶ Werke wie Ariane Martins Analyse von Goethes „Leiden des jungen Werther“ mit dem Titel „Die kranke Jugend“ benennen diese Auswirkungen genauso ungeschminkt wie die omnipräsenten Äusserungen in allen möglichen Kontexten und quer durch alle Medien. Die Lage der Jugend war also doch schon mal so „dekadent“ wie meist öffentlich bezweifelt wird.

⁵⁶⁷ Schmitz-Emans: „Spiegelt sich Literatur in der Wirklichkeit“ (1994), Untertitel.

⁵⁶⁸ Ebd., S. 32.

⁵⁶⁹ Ebd.

⁵⁷⁰ Ebd., S. 22.

Was aber bestimmt dann die Fiktionalität, wenn nicht die Parameter von Wirklichkeit, Wahrheit und Überprüfbarkeit hinzugezogen werden können? Frank Zipfel geht in seinem Werk „Fiktion, Fiktivität, Fiktionalität“⁵⁷¹ von einer sprachlich-ästhetischen Dimension aus, die mit sprachhandlungstheoretischen Textmodellen operiert und literarische Fiktion als soziale beziehungsweise kulturelle Sprachhandlungspraxis betrachtet. Heinrich und Iser andererseits gehen in ihrem Werk „Funktionen des Fiktiven“⁵⁷² der Frage nach, wie Fiktion und Ästhetik zusammenhängen, und liefern sehr interessante Ansätze für das Kapitel „Ästhetisierung des Alltags mittels Fiktion“, das weiter unten ausführlich dieser Thematik gewidmet ist.

Die Postmoderne als Reprise der Romantik betrachtet, weist einen geradezu inflationären Trend zu Rückgriffen⁵⁷³ mikroskopischer Art auf. Wenn sich alle grossen Epochen wiederholt haben, dann gilt es wohl gerade in einer Zeit, die von der Schnelligkeit der Veränderungen lebt, diese in kleineren Schritten zu gestalten. Oder vielleicht ist es auch einfach ein Versuch, der Schnelllebigkeit der Trends entgegenzuwirken. Noch nie haben sich Trends, als Unterkategorien von Epochen verstanden, derart schnell abgelöst wie in der Nachkriegszeit. Jedes Jahrzehnt stellt fast schon, wenn auch teilweise nur nuancenhaft, eine Mikroepoche für sich dar. Dass dabei die epochalen Bezüge ebenfalls immer kürzer werden, scheint auf der Hand zu liegen. Die Grenzen verwischen sich nicht nur zwischen Realität und Fiktion, sondern auch zwischen den einzelnen Informationen, zwischen den Orten und Räumen.

1.3. Fazit

Hinter dem „anything goes“,⁵⁷⁴ dem Schlagwort der 1990er Jahre schlechthin, muss ein latentes „but nothing is achievable“ hinzugedacht werden. Die Postmoderne leidet daran, dass zwar alles möglich, aber so gut wie nichts realisierbar ist. So ist es spätestens im Zeitalter des Internet zwar für jedermann möglich, Autor zu sein, jedoch nur der „promotete“ Künstler wird als solcher aus der Masse heraus stechen. Der postmoderne Künstler ist ohne Marketing nicht existent. Dies resultiert sowohl aus der Fülle der Künstler wie auch aus der Fülle

⁵⁷¹ Frank Zipfel (2001); Vgl. Kapitel 2 in Teil II.

⁵⁷² Dieter Heinrich / Wolfgang Iser: „Funktionen des Fiktiven“ (1983).

⁵⁷³ Geradezu symptomatisch dafür sind die immer noch und immer mehr präsenten Fernseh-Formate im Stile der „Die ultimative Chart-Show“ (RTL) betreffend „Superhits der Jahrzehnte 1970-1990“, „Coversongs“, „Filmsongs“, „Deutsche Welle“, „Partyknaller“, „Rock“ und viele mehr, „Die 10 komischsten Karrierestarts“ (RTL), „Mein neues Leben XXL“ (kabel eins), „Frei Schnauze XXL“ (RTL), „Die 10 spektakulärsten Rosenkriege“ (RTL) und viele andere mehr.

⁵⁷⁴ Titel des Musicals von *Cole Porter*, Buch *Guy Bolton*, Uraufführung in New York 1934.

der Informationskanäle, mit deren Hilfe die Fülle der Künstler dem (Massen-) Publikum greifbar gemacht wird. Greifbarkeit ersetzt im Zeitalter der Virealitäten, welche alle möglichen Realitäten omnipräsent in die globalen Wohnzimmer vermittelt, die Authentizität der Künstler.

In Bezug auf den Begriff der Autorschaft bringt die Postmoderne, ganz nach ihrem allgemeinen Charakter der *Reprise* zwar keine neuen Facetten hervor, aber alle seit der Aufklärung einsetzenden Nuancen dieser Instanz werden neu definiert. Insbesondere die Pop-Autoren betreffend, geht es noch ein bisschen weiter, da diese Nuancen in superlativischerer Art und Weise auf die Spitze getrieben werden. Ganz im medialen Vermarktungs-Betrieb implementiert, unterliegt die Figur des Pop-Autors den gleichen Steigerungs-Prinzipien wie alle anderen entsprechenden Stars der Medien. Als intertextuelle Instanz zwischen den realisierbaren Welten primärer und sekundärer Art, gehen sie über den Schöpfer-Status eines romantischen Autors hinaus und sorgen real wie fiktional für Sinnbildung. Der Geniegedanke wird nicht nur weiter gedacht, sondern radikalisiert. Diese Radikalität geht bei gewissen Pop-Autoren, wie exemplarisch bei Benjamin von Stuckrad-Barre, soweit, dass sie dem ihr impliziten selbstzerstörerischen Moment unterliegt und den Autor zu Grunde richtet. Dieser Fall zeigt, dass der sowohl theoretische wie auch mythische Entwurf eines Autors an der Realisierbarkeit scheitert.

Vielen Literatur-Kritikern zufolge steckt die Literatur der 1990er Jahre in einer tiefen Krise und die Pop-Literatur stellt den Tiefpunkt derselben dar. Dieses Urteil resultiert aus einer unangemessenen Perspektive und einem falschen Analyse-Instrumentarium, das lediglich an der Oberfläche der Text-Verfahren kratzt und sich demzufolge in Oberflächlichkeiten verfährt. Einer der grössten Fehlschlüsse liegt im Vorwurf des Epigonalen. Möglich ist dieser Vorwurf nur, wenn das Pop-Literatur generierende Sampling-Verfahren nicht als solches erkannt wird.

Dieses intertextuelle und intermediale Sampling-Verfahren impliziert eine Lese-Arbeit des Autors, welche über bisherige Lektüre-Erfahrungen der Autoren hinaus geht und nicht nur multimediale Kenntnisse, sondern auch die Affinität zu allen multimedialen Möglichkeiten präsupponiert. In der Tragweite seiner Bedeutung für die Re-Organisation von popliterarischen Texten muss der Lese-Akt als Teil der Autorschaft verstanden werden. Das traditionelle Kommunikations-Modell von Sender-Medium-Empfänger muss erweitert werden und zwar dahingehend, dass es im Fall der Pop-Literatur ins Unendliche potenziert wird.⁵⁷⁵ Der Sender ist niemals bloss der Beginn dieser Triade, sondern

⁵⁷⁵ Vgl. Harald Fricke: „Erkenntnis- und wissenschaftstheoretische Grundlagen“ in: Thomas Anz: „Handbuch Literaturwissenschaft“ (2007).

immer ein Binnenglied eines bereits stattfindenden Kommunikations-Prozesses. In diesem Punkt deckt sich das Steigerungsprinzip sowohl mit der emphatischen Sprache und deren typografischer Darstellung als auch mit der exzessiven Thematik und dem zum Superstar vermarkteten Pop-Autor und sorgt in diesem Punkt für ein in sich schlüssiges und geschlossenes popliterarisches Projekt.

2. Alltagsästhetik: ihre Arten der Motivation und ihre Manifestationen in den Texten der Pop-Literatur

2.1. Alltagsästhetik

Es wäre absolut verfehlt, im Zusammenhang mit der Pop-Literatur oder der Generation Golf⁵⁷⁶ von *Ästhetik* im klassischen Sinn⁵⁷⁷ zu sprechen. Harald Fricke weist in seinem Werk „Gesetz und Freiheit“⁵⁷⁸ auf die Unterscheidung von zwei Kategorien in der Abweichungs-Ästhetik⁵⁷⁹ hin, welche die „Grenzlinie“⁵⁸⁰ zwischen den Begriffen von „Kunst“ und „Design“ „deutlich [zu] markieren“⁵⁸¹ vermag:

In einer brauchbaren Theorie der Ästhetik müssten sich *Schöpfertum der Kunst* und *Kunstgewerbe des Designs* in ihrer Nähe wie ihrem Abstand gleichermaßen beschreiben lassen. Wann wird aus dem Kunsthandwerk mehr als gekonntes Handwerk, nämlich Kunst?

In Kategorien der Abweichungs-Ästhetik lässt sich dieser Punkt begrifflich präzise angeben, die Grenzlinie deutlich markieren. Keine Kunst im elementaren Sinne sind Design und Architektur nämlich, weil sie nicht auf primären *Künstlerischen Abweichungen* im explizierten Sinne beruhen. Sie verletzen als solche noch keine Normen, brechen nicht mit naturbedingten Verhaltensgesetzen. Im Gegenteil, sie unterstellen sich *vorbestimmten* Externen Funktionen: der Wohnlichkeit des Hauses, der Bequemlichkeit und Geschwindigkeit des Reisens, dem Kälteschutz wie dem erotischen Reiz von Kleidung, der Zweckdienlichkeit von Möbeln und goldenem Tischgerät, von weltlichen oder sakralen Symbolobjekten.⁵⁸²

Ganz in diesem Sinn, also als optische Erhöhung von Alltags- und Gebrauchsgegenständen, ist die inhaltliche Ästhetisierung in den Texten der Pop-

⁵⁷⁶ Im Folgenden werden diese beiden Ausdrücke, in ihrer soziologischen Bedeutung wohlbemerkt, gegeneinander ausgetauscht, da sie die gleiche soziale Gruppierung betreffen (Milieu). Vgl. auch „Generation Golf“ in Teil I, „Pop-Literatur“

⁵⁷⁷ Mit „klassisch“ ist hier die traditionelle Ästhetik gemeint, welche die Einheit von Erkenntnis (schön), Sein (gut) und Wahrheit (richtig) impliziert (Aristoteles) und welche als philosophische Disziplin verstanden wird, die erst seit der Aufklärung ganz allmählich ihren philosophischen Schwerpunkt einbüsst. Als allgemeinen Überblick über die „Geschichte der Ästhetik von der Aufklärung bis zur Postmoderne“ liefert Norbert Schneider in seinem gleichnamigen Werk, 2002, gute Zusammenhänge.

⁵⁷⁸ Harald Fricke: „Gesetz und Freiheit. Eine Philosophie der Kunst“ (2000).

⁵⁷⁹ Interessant dabei auch der Ansatz der Abweichungstheorie, denn die Abweichungsästhetik betrifft die Texte der Pop-Literatur, wie weiter oben bereits dargelegt, auf der theoretischen Ebene gleich in doppelter Hinsicht, nämlich in Bezug auf die Rhetorik (vgl. „Abweichungsmodell“) wie auch in Bezug auf die Verwendung von Szene-, Milieu-, bzw. Jugendsprache, bei der das Distinktions-Bestreben durch Abweichung erfüllt wird.

⁵⁸⁰ Fricke: „Gesetz und Freiheit“ (2000), S. 50.

⁵⁸¹ Ebd.

⁵⁸² Ebd.

Vgl. dazu auch Fricke „Begriffsexplikation“ zur Gebrauchskunst (2000), S. 51.

Literatur zu verstehen. Sie entstammt einer „Alltagsästhetik“, die als eine „Durchdringung“⁵⁸³ der Lebenswelt durch ästhetische Aufwertungen, oder um es mit Welschs Worten zu sagen, als eine „ästhetische Ausstaffierung der Wirklichkeit in Verschönerungs- und Verhübschungsprozessen“,⁵⁸⁴ zu verstehen ist. Es sei an dieser Stelle dahingestellt, ob dieser nicht von der Hand zu weisende „Ästhetik-Boom“⁵⁸⁵ als positiv oder negativ bewertet werden soll. Tatsache bleibt, dass die Pop-Literatur in dieser Form nicht denkbar wäre, ohne die omnipräsente ästhetisierende Tendenz, welche gemäss Schulze mit der sogenannten „Erlebnisorientierung“⁵⁸⁶ reziprok in Verbindung steht. Die Ästhetisierung selber wiederum wäre ohne die massenmedialen Einwirkungen aus dem Bereich der Werbung nicht möglich und verweist so direkt auf den Zusammenhang mit dem Konsum.

Gerade ästhetische Fragen sind inzwischen von der Peripherie ins Zentrum der Lebenswirklichkeit gerückt. Umgeben von einer ins Unendliche gewachsenen Menge erschwinglicher Angebote, absolviert man die tägliche Abfolge ästhetischer Entscheidungsanforderungen wie einen Parcours durch einen Spalier entgegengestreckter Pralinschachteln. Nahrungsmittel, Kosmetika, Kleidung, Zeitschriften, Musik, Unterhaltung, Reisen, Möbel usw.: Die ganze Ausstattung unseres Lebens mit Gegenständen und Dienstleistungen ist eine unablässige Provokation, sich ästhetisch zu entscheiden.⁵⁸⁷

Bedingt durch die medial geförderte Fülle neuer Wahrnehmungsreize, muss ebenfalls von einer Ästhetisierung des Alltags im Sinne einer allgemeinen Erweiterung und Veränderung der Wahrnehmungsmöglichkeiten⁵⁸⁸ ausgegangen werden, die nicht vorrangig den Bereich der Künste tangieren muss, sondern eher

⁵⁸³ Christian Kracht in: „Tristesse Royale“: „Es ist die Durchdringung des Lebens durch einen Film oder eine Schallplatte. Ein Lebensgefühl entsteht“, S. 30.

⁵⁸⁴ Wolfgang Welsch: „Grenzgänge der Ästhetik“ (1996), S.10.

⁵⁸⁵ Welsch (1996), S. 13.

⁵⁸⁶ Gerhard Schulze: „Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart“ (2002).

⁵⁸⁷ Gerhard Schulze in: Hans-Georg Soeffner, „Kultur und Alltag“ (1988), S. 71-93, hier, S. 73.

⁵⁸⁸ Wenn man davon ausgeht, dass „aisthesis“ im ursprünglichen Sinn, nämlich als sinnlich „Wahrnehmbares“, verstanden wird, dann verändern die neuen Wahrnehmungsmöglichkeiten quasi per definitionem auch das Wahrgenommene. In „Tristesse Royale“, S. 66, spricht Eckhard Nickel im Zusammenhang mit der Abgrenzung der Generation Golf zu anderen Generationen von einer „AISTHESIS, [als] Gabe der Wahrnehmung und die Fähigkeit, den Kreis dieses Fundaments, die Doppelspirale durchschreiten zu können“. Vgl. dazu auch das Kapitel 1.2.7 zur Autorschaft, „Der Autor als doppelter Leser“.

Hubert Eichmann liefert in seinem Werk „Medienstile zwischen Informationselite und Unterhaltungsproletariat. Wissensungleichheiten durch die differentielle Nutzung von Printmedien, Fernsehen, Computer und Internet“ (2000), eine gute Übersicht über die massenmedial bedingte Veränderung in der Wahrnehmung.

Interessante Ausführungen zur Thematik der Wahrnehmungsveränderung im Zusammenhang mit Massenkultur sind bei Franz Dröge und Michael Müller in ihrem Werk „Die Macht der Schönheit. Avantgarde und Faschismus“ (1995), nachzulesen.

mit Kultobjekten⁵⁸⁹ aus dem Alltag verknüpft ist⁵⁹⁰ und somit wiederum mit dem Begriff von Konsum in Verbindung steht. Ein solcher Prozess der „Medialisierung und Ästhetisierung des Alltags“⁵⁹¹ zieht eine „Inszenierung von Alltagsphänomenen“ nach sich, der sich wiederum auf die Definition und Wahrnehmung von Ästhetik auswirkt:

Während bis in die 70er Jahre hinein eine Oberflächen-Ästhetik dominant war, die weitgehend einer Semantik von Nützlichkeit, Zweckmäßigkeit auf der einen und *Anciennität* (im Sinne sozialer Anerkennung) auf der anderen folgte, tritt zu dieser Semantik zunehmend in Konkurrenz eine Semantik von Flexibilität, Überfluß auf der einen und Innovation auf der anderen Seite. Ein Beispiel, an dem dieser Wechsel besonders prägnant sichtbar wird, ist die Werbung, die im Zuge eines solchen Wandlungsprozesses weithin von der Produkt- auf Lebensstil-Werbung umgestellt wurde; d. h. geworben wird für ein Produkt nicht mehr mit seinen Qualitäten oder Preisen, sondern mit produktfremden Zielen, die – so das implizite Versprechen – durch den Kauf des Produkts erreicht werden: solche produktfremden Ziele sind z. B. Aufmerksamkeit bei den anderen, ein gesteigertes Selbstwertgefühl, ein Gefühl von Besonderheit, aber auch Werte wie Treue. Die Oberflächenästhetik wechselt von einer eher kognitiven zu einer eher emotiven Semantik.⁵⁹²

Interessanterweise wird genau dieses „implizite Versprechen“ der Werbung in der Pop-Literatur zwar immer wieder entlarvt, z. B. wenn von einer „völligen Distanzlosigkeit zur Scheinwelt der Werbung“ („Generation Golf I“) die Rede ist, oder wenn kritisch auf die „Verklärung“ („Tristesse Royale“) verwiesen wird, aber ohne tatsächliche Folgen auf das alltagsästhetisierende Verhalten zu haben. Dies lässt darauf schliessen, dass nicht (nur) das Versprechen an sich als stilrelevant betrachtet wird, sondern auch die Art und Weise und somit die Form der Vermittlung. Dies widerspricht Pierre Bourdieus folgender These in Bezug auf die „Unterordnung der Form unter die Funktion“:

Tatsächlich scheint alles dafür zu sprechen, daß die *populäre Ästhetik* [Alltagsästhetik] (die Anführungszeichen sollen zum Ausdruck bringen, daß es sich hier um eine Ästhetik an-sich und nicht für-sich handelt) auf dem Postulat eines bruchlosen Zusammenhangs

⁵⁸⁹ Als Kultobjekte sind Alltagsgegenstände gemeint, die durch die Referenz-Gruppe (vgl. Kapitel Lebenswelt ff.) zu Stil definierenden Objekten stilisiert werden und somit als gruppenspezifische Kommunikations-Codes zu verstehen sind (vgl. Teil II, „Pop-Literatur als ästhetische Kommunikation“).

⁵⁹⁰ Es sei an dieser Stelle auf die Ästhetisierung und Medialisierung in der Wiener Moderne verwiesen, zu der durchaus gewisse Parallelen herrschen, auf die jedoch im Rahmen dieser Arbeit nicht weiter eingegangen wird. Beispielsweise in: Csáky / Kury / Tragatschnig (Hg.): Kultur - Identität - Differenz. Wien und Zentraleuropa in der Moderne (2004), S. 359-376.

⁵⁹¹ Irmela Schneider in: Gerhard Rupp (Hg.): „Ästhetik im Prozeß“ (1998), S.145.

⁵⁹² Irmela Schneider in: Rupp (1998), S. 147.

von Kunst und Leben gründet, das die Unterordnung der Form unter die Funktion beinhaltet.⁵⁹³

Auf jeden Fall ist bei der Pop-Literatur nicht von einem „bruchlose[n] Zusammenhang“ zwischen „Kunst und Leben“, sondern zwischen Kultobjekten und Leben auszugehen. Die Kernaussage dieses Zitates scheint mir zudem eher im „bruchlosen Zusammenhang“ zu liegen, der als grundsätzlich postmodernes Merkmal bezeichnet werden kann, nämlich als Verwischung der Grenzen, z. B. zwischen Realität und Fiktion, Leben und Kunst, Hochkultur und Massenkultur.

Zu den aussagekräftigsten Versatzstücken der Zustandsbeschreibung der gegenwärtigen Kultur in den westlichen Industrieländern zählt die schon von den Avantgarden zu Beginn unseres Jahrhunderts intendierte Auflösung der Grenzen zwischen ästhetischen und alltäglichen Erfahrungen. Sie bezeichnet die mittlerweile nicht mehr aufzuhaltende Erosion der Differenz von hoher Kunst bzw. Hochkultur und Massenkultur zugunsten einer den Gesetzen des modischen Wechsels folgenden stilistischen Vielfalt der Zeichen und Symbole.⁵⁹⁴

Dieser modische Wechsel hängt im Wesentlichen von zwei Faktoren ab: von der Werbung und vom Geschmack. Wobei davon auszugehen ist, dass der Lebensstil, vor allem bei bestimmten Gruppen wie die der Generation Golf, von der Werbung abhängt,⁵⁹⁵ und somit der Geschmack, als Lebensstil-generierendes, und medial ebenfalls beeinflusstes Moment, natürlich auch, zumindest partiell, von der Werbung beeinflusst ist. Dennoch werden an dieser Stelle explizit Werbung und Geschmack als zwei Einheiten betrachtet, welche für den modischen Wandel verantwortlich sind, und zwar im Hinblick auf ihre Reziprozität. Denn: während Geschmack diese oder jene Werbung für gut befindet, beeinflusst diese oder jene Werbung mit ihren zielgruppen-spezifischen Codes wiederum den Geschmack. Zwischen (Werbe-)Rezeption (für gut befinden) und (Werbe-)Produktion (als gut beurteilen) herrscht eine Wechselwirkung. Geschmacksbildung kann nicht als linearer Prozess verstanden werden, sondern als einer von vielen Elementen einer ganzen Kommunikations-Kette mit verschiedenen Sendern, Medien und Empfängern.⁵⁹⁶

⁵⁹³ Pierre Bourdieu: „Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft“, Übersetzung: Bernd Schwibs und Achim Russer (1982), S. 23.

Vgl. dazu auch: „Form Follows Function“, beispielsweise bei BAUHAUS umgesetzt.

⁵⁹⁴ Franz Dröge / Michael Müller: „Die Macht der Schönheit. Avantgarde und Faschismus oder die Geburt der Massenkultur“ (1995), S.11.

⁵⁹⁵ Vgl. Barbara Hölscher: „Lebensstile durch Werbung? Zur Soziologie der Life-Style-Werbung“ (1998).

⁵⁹⁶ Auf diese verschachtelte Charakteristik der Kommunikation in der Pop-Literatur ist bereits im Kapitel „Autorschaft“ im Zusammenhang mit dem Begriff des „Sampling“ und dem „Autor als Doppelter Leser“ hingewiesen worden. Es gibt weder auf struktureller noch auf informativer Ebene eine Linearität in der Kommunikation der Pop-Literatur.

Dabei sind anvisierte Kommunikations-Partner (Insider) immer auch Inhaber eines gruppenspezifischen Geschmacks und unterliegen den Bedingungen des Konsens und der Differenzierung:

Indem der Zusammenhang einer Anzahl von dominanten Werten und Symbolen abgelehnt wird und die strenge Ordnung des vorherrschenden Konsens-Systems in eine widerspenstige Collage, in eine Bricollage von differenten Emblemen dekonstruiert wird, unterlaufen diese Stile die hegemoniale Ordnung. Diese Strategien fungierten als eine Art Kompromisslösung zwischen dem Bedürfnis nach Unabhängigkeit, Abwendung und Verschiedenheit von der Elterngeneration bzw. der hegemonialen Kultur, dem Indeutliche-Differenz-Treten einerseits und dem Bedürfnis, die elterliche Kultur andererseits zu reproduzieren, um eine bestimmte Position im sozialen Gefüge von Gesellschaften zu erlangen, weil es keine anderen Perspektiven gab/gibt.⁵⁹⁷

Dieser letzte Teilsatz spricht einen enorm wichtigen Aspekt an, der bei der ganzen Diskussion rund um „anything goes“⁵⁹⁸ leider untergeht: (nämlich,)dass jenes nur eine rein theoretische Möglichkeit darstellt. Denn in der Grenzenlosigkeit der Möglichkeiten selbst liegt deren grösstes Hindernis: die tatsächliche Realisierung. Wenn theoretisch alles möglich ist, wird tatsächlich praktisch nichts mehr wirklich realisiert. Dies geschieht aus zwei Gründen: Die Gewissheit, alles zu können und zu dürfen, bremst die Ausführung. Es scheint auszureichen, zu wissen, dass alles möglich ist. Und: Soviel Wahl-Freiheit erträgt allem Anschein nach auch das pop-literarische Subjekt nicht, mag es noch so emanzipiert und aufgeklärt sein. Vielleicht ist die Freiheit dem Menschen der Generation Golf doch nicht zumutbar? Auf jeden Fall scheint Einigkeit darüber zu herrschen, und zwar sowohl bei den Theoretikern (Schulze, Bourdieu, Rausch, Welsch) wie auch bei der Generation Golf (Pop-Autoren, Figuren in der Pop-Literatur), dass die Verwischung der Grenzen zu Gunsten einer Pluralisierung von Möglichkeiten in allen Lebenslagen zu einem undeterminierten Lebensraum führen kann, der geradezu programmatisch für Orientierungslosigkeit verantwortlich gemacht wird.⁵⁹⁹ Nicht nur, dass alles möglich geworden ist. Man weiss gar nicht mehr, was nicht möglich ist. Es findet geradezu eine Verdrängung, wenn nicht gar Eliminierung der Negation statt. Im Gegensatz dazu wird die Negation,⁶⁰⁰ vor

⁵⁹⁷ Susanne Binas in: Jochen Bonz (Hg.): „Popkulturtheorie“ (2002), S. 64-77: „sound-shifts. Kulturelle Durchdringung als Voraussetzung und Resultat der Schaffung von bedeutungsvollen Unterschieden und Differenz“, hier S. 65.

⁵⁹⁸ Vgl. Kapitel „Autorschaft“.

⁵⁹⁹ Vgl. dazu z. B. Gerhard Schulze, der in diesem Zusammenhang von der „neuen Unübersichtlichkeit“ spricht. In: Schulze (2000), S. 36.

⁶⁰⁰ Vgl. Rhetorik-Analyse: Anal- und Fäkal-, Tier-, Müll-, und Kriegsmetaphorik.

Interessante Zusammenhänge zwischen ästhetischer Negativität und Negation als Strategie zur Vermeidung der Desillusion am realen Leben liefert Karl Heinz Bohrer, „Ästhetische Negativität“ (2002).

allem in Form negativer Metaphorik,⁶⁰¹ geradezu inflationär in den Texten der Pop-Literatur verwendet. In der Negativität vollzieht sich der Versuch der Distanzierung von einer Welt, die als unzulänglich und „entzaubert“⁶⁰² wahrgenommen wird. Es scheint, als würden die insgesamt fehlenden Grenzen (als Negations-Entitäten) dazu führen, dass umso mehr davon als Art des Selbstschutzes beim „Gestaltungsexperiment“⁶⁰³ der Identität eingesetzt werden. Dies nicht zuletzt mit der Folge, dass die Sprache hermetisch wird, und nur durch entsprechende Dechiffrierungs-Arbeit als Kommunikation verstanden werden kann.

2.2. Pop-Literatur als (ästhetische) Kommunikation

Bei einer derart medial geprägten Literatur wie die der Pop-Literatur, die mit soziologischen Codes operiert und als Paradebeispiel für die „Durchdringung“ von „Kommunikation als Informationstransport und Alltagshandeln“⁶⁰⁴ betrachtet werden kann, muss davon ausgegangen werden, dass der Literatur ein kommunikativer Akt inhärent ist, und zwar im Sinne einer ästhetischen Kommunikation:

Mit ästhetischer Kommunikation ist also gerade nicht die künstlerische Kommunikation gemeint, sondern der Austausch über Kunst und andere ästhetische Phänomene. Ästhetische Kommunikation bezeichnet weder die Kommunikation der Werke untereinander noch die Kommunikation zwischen Werk und Betrachter oder die Kommunikation von Künstler und Rezipient via Werk, sondern die intrapersonale oder interpersonale Verständigung über ästhetische Erfahrung.⁶⁰⁵

Auch Mario Perniola verweist in seinem Werk „Ekel. Die neuen ästhetischen Tendenzen“ (2003), auf den Zusammenhang von Ironie und Zynismus als Ausdruck von „Resignation, Frustration und Entzauberung“ (S. 40-41) an der „neuen Welt“.

⁶⁰¹ Negation wird hier gemäss Harald Fricke / Rüdiger Zymner: „Einübung in die Literaturwissenschaft“ (2000), als „kontradiktorische Negation“ von Möglichkeit verstanden, als reine Nicht-Möglichkeit also. Vgl. „Gegensatzschemata“ im Kapitel „Argumentationen“, Teil I.

⁶⁰² Vgl. Mario Perniola (2003), S. 40 ff.

⁶⁰³ Rose-Yvonne Rausch, „Identität – ein Gestaltungsexperiment“ (1999).

⁶⁰⁴ Ben Bachmair, „Fernsehkultur: Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder“ (1996), S. 204: „Fernsehen ist [ab] 1974 also eine normale Angelegenheit, die mehr oder weniger selbstverständlich mit hohem Zeitanteil für die Rezeption in den Alltag integriert ist. Bei dieser Veralltäglichen des Fernsehens haben sich Kommunikation als Informationstransport (Modell des Telegrafen, der Technologie) und Alltagshandeln (die symbolisch vermittelte Kommunikation im Sinne der Vis-à-vis-Interaktion) durchdrungen.“

⁶⁰⁵ Bernd Kleimann in: „Das ästhetische Weltverhältnis. Eine Untersuchung zu den grundlegenden Dimensionen des Ästhetischen“ (2002), S.237-238.

Vgl. auch den Bezug zur Avantgarde-Kunst (der immer wieder hier in dieser Arbeit auftaucht), den Ulrich Chapra herstellt, in: „RLW“, Bd. II, S. 361: „In der Avantgarde-Kunst des 20. Jhs. tritt an die Stelle eines durch ein Werk oder seine Fragmente bestimmten Begriffs zunehmend die

Betrachtet man „Austausch über Kunst und andere ästhetische Phänomene“⁶⁰⁶ als notwendige und zugleich hinreichende Prämisse, um von „ästhetischer Kommunikation“ zu sprechen, wie Bernd Kleinmann es in diesem Zitat augenscheinlich tut, dann ist eine Korrektur von Nöten: Wenn nämlich „ästhetische Kommunikation [als „Austausch über Kunst und andere ästhetische Phänomene“ betrachtet] als interpersonale Verständigung über ästhetische Erfahrung“ verstanden wird, so muss sie auf jeden Fall, entgegen Kleinmanns Aussage, auch die „Kommunikation zwischen Werk und Rezipient“ betreffen, und zwar genau in ihrem „Austausch“-Charakter. Genau in diesem Punkt steckt die Wichtigkeit des sozialen Aspektes der ästhetischen Kommunikation im Allgemeinen und der ästhetischen, medial geprägten Kommunikation in der Pop-Literatur im Besonderen.

In den 70er Jahren zeigte sich, daß Medienrezeption nicht mehr nur ein passives Konsumieren, sondern eine Form sozialen Handelns geworden war. Diese Form des sozialen Handelns ließ sich angemessen mit dem Begriff der Medienkommunikation bezeichnen. Typisch für Medienkommunikation ist die aktive und thematisch angeleitete Aneignung von gegeneinander abgegrenzten, also distinkten Medien durch die Menschen in ihrem Alltagsleben. In der sich heute abzeichnenden, von Medien und symbolischen Formen dominierten Kultur, treten an die Stelle solcher distinkter Medien jetzt alltagsästhetische Arrangements, die den Charakter von Texten haben, denen die Menschen individuell Bedeutung verleihen.⁶⁰⁷

Diese Affinität zu „alltagsästhetischen Arrangements“ wäre ohne die marketing-strategischen Bemühungen von Firmen, Institutionen, Unternehmen und auch Privaten gar nicht möglich. Erst die massive Omnipräsenz von ästhetisch aufgewerteten Marken und Marken-Artikeln fördert den symbolhaften Charakter der ästhetisierten Alltags-Elemente. Über solche der Alltagsästhetik verschriebenen Elemente identifiziert sich der einzelne Mensch, je nach Typ und Alter, Bildung und sozialer Herkunft mehr oder weniger als zu einem Milieu zugehörig.⁶⁰⁸ Gleichzeitig dient die Alltagsästhetik als Abgrenzungsmerkmal gegenüber anderen Milieus. Die Alltagsästhetik ist in dieser Form ganz und gar ein Orientierungspunkt in einer vielfältigen Gesellschaft, die von Milieus und Möglichkeiten der Identifikation geradezu aus den Nähten platzt. Dabei geht es nicht nur darum, sich von Gruppen zu distanzieren, sondern auch jene zu suchen, solange sie den alltagsästhetischen Anforderungen entsprechen.

Kommunikation über Kunst, bis hin zur völligen Stellvertretung objektgebundener Eigenschaften“.

⁶⁰⁶ Wobei in Bezug auf die Pop-Literatur ausschliesslich „andere [nämlich Alltags-]ästhetische Phänomene“ gemeint sind.

⁶⁰⁷ Ben Bachmair in: „Medien. Impulse“, März 1996: „In der Abgrenzung zusammenfinden – die Rolle von Alltagsästhetik und Stilen in der postmodernen Lebenswelt“, S. 51

⁶⁰⁸ Vgl. Bourdieu (1982), Hölscher (1998), Bachmair (1996), Schulze (1992).

In modernen Gesellschaften hat sich der Zwang zur Reflexion und damit zur Konstruktion von Wirklichkeiten immer mehr in die Richtung der Individuen verschoben, die sich oftmals im Spannungsfeld zwischen Herauslösung aus traditionellen Bindungen und der Suche nach neuen posttraditionalen Gemeinschaften befinden. Entsprechend geht die abnehmende Bedeutung traditionaler Strukturen einher mit neuen Informations- und Kommunikationsstrukturen und neuen Vergemeinschaftungsformen, verstanden als Netze von Affinitätsgruppen.⁶⁰⁹

Was aber, wenn sich diese Orientierung trotz oder gerade wegen der Multioptionen als schwierig gestaltet? Was, wenn die noch so differenzierte Realität nicht ausreicht? Hier kommt die Fiktion ins Spiel, wenn auch nicht als kontradiktorischer Gegenpol zur Realität verstanden, sondern als eine mögliche Variante von Realität, welche zum Ziel hat, „die Wirklichkeit zu idealisieren, indem sie das Objekt durch sein Ideal ersetzt, indem sie das Wahre anstelle des Wirklichen“⁶¹⁰ beschreibt.

2.3. Fiktion im Dienste der Ästhetisierung

Das Fiktive bezieht sich durch seinen Gebrauch auf Reales, überschießt dieses, ohne jedoch zu einem Imaginären zu werden, da es, obgleich ein Nichtreales, im Gegensatz zum Imaginären auch ein Wohlbestimmtes ist.⁶¹¹

Was jedoch determiniert dieses „Wohlbestimmte“, wenn nicht die Parameter von Wirklichkeit, Wahrheit und Überprüfbarkeit? Odo Marquard geht in dem von Dieter Heinrich und Wolfgang Iser herausgegebenen Werk „Funktionen des Fiktiven“⁶¹² der Begrifflichkeit von Fiktion, oder besser gesagt dem „Prozess der Wirklichkeit ins Fiktive“⁶¹³ auf den Grund und streift dabei Themen wie „Philosophischer Fiktionalismus“ und dem damit zusammenhängenden „Trend zur Fundamentalisierung des Fiktiven“ (S. 35-39). „Eschatologische Weltvernichtung“ im Dienste „philosophischer Diskriminierungsvokabeln“ (S. 39-43). „Weg der Wirklichkeit ins Fiktive“ als Folge der „Eschatologischen Weltvernichtung“, welche zur „Fiktionalisierung“ der spätmodernen Wirklichkeit führt, indem das neuzeitliche Realitäts-Stadium nicht überwunden, sondern geradezu selbst fiktiv gemacht wird (S. 43-50). Und schliesslich fragt Marquard nach dem Verhältnis von „Kunst und Antifiktion“ (S. 51-54) und stellt dabei fest,

⁶⁰⁹ Hubert Eichmann (2000), S. 172.

⁶¹⁰ Bourdieu (1982), S. 93.

⁶¹¹ Dieter Heinrich / Wolfgang Iser in ihrem Vorwort zum Werk: „Funktionen des Fiktiven“ (1983).

⁶¹² Heinrich / Iser (1983).

⁶¹³ Odo Marquard in: Heinrich / Iser (1983), S. 35 ff.

dass die Kunst „nur die Radikalisierung dessen ist, was die Wirklichkeit auch schon ist“, dass Letztere auch nur „Wirklichkeitsüberbietung mittels Fiktion“ ist. In diesem Zusammenhang spricht Marquard das „Gesamtkunstwerk“ an, welches „die Grenze zwischen Kunst und Wirklichkeit zu tilgen sich bemüht“. ⁶¹⁴ Als ein solches Gesamtkunstwerk kann der Pop-Autor Benjamin von Stuckrad-Barre betrachtet werden, der mit seinen Bemühungen, sein Leben in seine Literatur und deren Vermarktung übergangslos einfließen zu lassen, ⁶¹⁵ genau jenes anstrebt, und zwar aus den im entsprechenden Kapitel zur „Autorschaft“ ausführlich dargelegten Gründen, die hier nochmals unter dem Stichwort der „Unzulänglichkeit der Realität“ zusammengefasst werden können, nämlich: das Leben als Kunstwerk, im Sinne eines eskapistischen Versuchs, die Wirklichkeit des Selbst zu retten vor dem Hintergrund einer „Eschatologischen Weltvernichtung.“ Dass diese Rettung eng mit einer ästhetischen Aufwertung der Alltäglichkeiten verbunden ist, wird im Folgenden dargelegt.

2.3.1. Fiktion als Grenzüberschreitung im Dienste der Ästhetisierung

Wolfgang Iser bezeichnet in seinem Beitrag zu „Funktionen des Fiktiven“ den Akt des Fingierens als „Grenzüberschreitung in der triadischen Beziehung des Realen, Fiktiven und Imaginären.“

Das Reale ist für den vorliegenden Zusammenhang als die außertextliche Welt verstanden, die als Gegebenheit dem Text vorausliegt und in der Regel dessen Bezugsfelder bildet. Diese können Sinnsysteme, soziale Systeme und Weltbilder genauso sein wie etwa andere Texte, in denen eine je spezifische Organisation bzw. Interpretation von Wirklichkeit geleistet ist. Folglich bestimmt sich das Reale als Vielfalt der Diskurse, denen die Weltzuwendung des Autors durch den Text gilt.

Das Fiktive ist in diesem Aufsatz als ein intentionaler Akt verstanden, um in der Betonung des Aktcharakters das Fiktive von seinem landläufigen, wenngleich schwer bestimmbareren Seinscharakter zu entlasten. Denn als das Nicht-Wirkliche, als Lüge und Täuschung dient das Fiktive immer nur als Oppositionsbegriff für anderes, das die Eigentümlichkeit des Fiktiven eher verdeckt als hervorhebt. ⁶¹⁶

⁶¹⁴ Odo Marquard in: Heinrich / Iser (1983), S. 51.

⁶¹⁵ Vgl. Kapitel „Autorschaft. Vermarktung“.

⁶¹⁶ Wolfgang Iser in: Heinrich / Iser (1983), S. 123.

Für diese Arbeit von Interesse sind insbesondere das „Reale“ und das „Fiktive“. Das „Imaginäre“ wird selbst von Iser als „vergleichsweise neutrale Bezeichnung“ definiert. Die nuancierte Unterscheidung von „imaginär“ und „fiktiv“ ist für die vorliegende Arbeit nicht von Relevanz.

Bei der Grenzüberschreitung geht es nun darum, mit Hilfe des Fingierens eine neue Möglichkeit⁶¹⁷ von „Weltdarstellung“ zu realisieren. Dies wird mit den Operationen von „Tilgen, Ergänzen und Gewichten“⁶¹⁸ gewährleistet. Die Texte der Pop-Literatur mit ihren Sampling-Verfahren⁶¹⁹ und den zahlreichen Geschmacksurteilen⁶²⁰ im Dienste der ästhetischen Polarisierung von „in“ und „out“, können vor diesem Hintergrund vom Vorwurf des Subjektivismus gerettet werden. Dass dieser Vorwurf auf der Autor-Ebene dennoch nicht ganz von der Hand zu weisen ist, liegt an der Haltung der Autoren selber, gerade im Falle von Benjamin von Stuckrad-Barre, wie im entsprechenden Kapitel ausführlich dargelegt worden ist.

In Bezug auf die „Weltherstellung“ steht von den drei Arten von Operationen bei den Texten der Pop-Literatur vor allem eine ganz im Zeichen einer ästhetischen Wertung, das „Gewichten.“ Und gewichtet wird in erster Linie mittels Geschmacksurteilen, wie sie im entsprechenden Kapitel noch beschrieben werden. Die Operationen von „Tilgen“ und „Ergänzen“ wiederum stehen ganz im Dienste des „Gewichtens“. Durch sie wird gewährleistet, dass bei den zahlreichen Zitaten und Anspielungen das Nötige getilgt und das Notwendige ergänzt wird, wie am folgenden Beispiel anhand des Werbezitats von der Diät-Marke „du

Vielmehr geht es um die traditionelle Polarisierung von *Realität und Fiktion*. Aus diesem Grund wird auf die Verwendung der Begrifflichkeit von „Imaginär“ im Folgenden verzichtet.

⁶¹⁷ Und mit einer Möglichkeit ist hier eine von unzählbar vielen realisierbaren Möglichkeiten gemeint. Frank Zipfel weist in seinem Werk „Fiktion, Fiktivität, Fiktionalität“, 2001, darauf hin, dass bereits die Alltagswirklichkeit, also die intersubjektiv als Realität bezeichnete Entität, nur eine von vielen Welt-Versionen darstellt: „Unsere Alltagswirklichkeit ist eine Welt-Version, die sich – wie alle Versionen, aber in besonders deutlicher Weise – aus verschiedenen Versionen zusammensetzt.“ Analog dazu verhält es sich mit dem Fingieren von Welten, jedoch in potenziierter Vielfalt zu den subjektiv realisierbaren Welt-Versionen, da aus allen Bereichen der kognitiv möglichen Manifestationen wie *Phantasie*, *Imagination* und *Einbildungskraft* Elemente einfließen.

Alternativ zum Begriff der „Welt-Versionen“, vgl. auch Axel Spree in: „RLW“, Bd. II, „Mögliche Welten“, S. 624-627.

⁶¹⁸ Wolfgang Iser in: Heinrich / Iser (1983), S. 127.

⁶¹⁹ Gemäss Definition im entsprechenden Kapitel zur „Autorschaft“ als Verfahren des Zerstückerlns (Tilgen), der Neu-Zusammensetzung (Ergänzen) und Kommentierens (Gewichten) verstanden. Iser deutet in seinem Beitrag „Akte des Fingierens“ in: Heinrich / Iser (1983), hier S. 121 ff., in diesem Zusammenhang auf die Autoren Locke und Bacon hin, für die „ein ständiges Trennen und Zusammensetzen die Bedingung von Dichtung ist“, und erklärt somit ein Verfahren wie das des Sampling zur notwendigen Prämisse für Dichtung. Daraus den voreiligen Fehlschluss zu ziehen, bei der Pop-Literatur handle es sich auf jeden Fall um Dichtung im Sinne von Iser, Bacon oder Locke, wäre natürlich verfehlt. Zumindest spricht diese Art der Aufwertung des intertextuellen Sampling-Verfahrens gegen den Vorwurf des Plagiats. Vgl. Kapitel „Autorschaft. Der Literaturkritiker als besonderer Leser“.

Weiterhin sieht Iser Intertextualität im Zusammenhang mit Fiktionalität als „Akt der Relationierung“ (S. 130) und in diesem Sinne als „Schnittstelle verschiedenster Diskurse“ sowohl im direkten „Vollzug“ wie auch auf einer Meta-Ebene, in ihrer blossen „Darstellung“. (Vgl. dazu Roland Barthes und Julia Kristevas Positionen zum „Tod des Autors“ und der entsprechenden Definition desselben als blosse „Schnittstelle von Diskursen“.)

⁶²⁰ Als solche natürlicherweise einer Gewichtung, nämlich einer ästhetisch motivierten positiv-negativ-Gewichtung dienlich.

darfst“, die nicht als Zitat markiert wird, und somit als Kulturelles Wissen vorausgesetzt ist, erkennbar wird:

Eine ganze Generation glaubt an den Marsch durch die Institutionen⁶²¹ und an den Wandel durch Annäherung.⁶²² An lauter Sachen eben, die davon ausgingen, dass sich die Welt verändern lasse. Die Generation Golf hat früh gelernt, dass das zu anstrengend ist. Sie sagt sich: Ich will so bleiben, wie ich bin. Und aus dem Hintergrund singt dazu der Chor: Du darfst. (Illies, „Generation Golf I“, S. 188)

Mit einem derartigen Ausbalancieren von Text-Erkennung und Text-Verschleierung findet der Prozess der „Wiederholung“ statt, der gemäss Iser dafür sorgt, dass „die Fiktion wie eine Realität verstanden werden kann, die es vermag, Realitäten zu erklären“.⁶²³ Welche Realität soll in den Texten der Pop-Literatur erklärt werden? Es ist dies die Realität einer Generation, der es nicht möglich ist, sich anders als Mitglied ihrer Generation zu definieren, als über ästhetische Codes. Und warum soll die Realität erklärt werden? Es liegt nahe, an dieser Stelle mit der Orientierungslosigkeit der Generation zu argumentieren. Es liegt jedoch ebenfalls nahe, den Steigerungsimperativ als Motor für die ästhetisch motivierten Aufwertungen der Realität, und damit für ihre [V]ERKLÄRUNG, in Erwägung zu ziehen.

Tatsache bleibt, dass der Akt des Fingierens eine Realität des „Als-Ob“⁶²⁴ generieren kann. Dies jedoch unter der Voraussetzung, dass das Fingieren auch markiert wird. Bei den untersuchten Texten der Pop-Literatur findet dieses Kenntlichmachen dort sehr offensichtlich statt, wo das Sampling-Verfahren angewandt wird. Dieser „Als-Ob“-Zustand ist Iser gemäss „Bedingung dafür, Einstellungsaktivitäten zu erzeugen“.⁶²⁵ In diesem Sinne deckt sich das Text-Herstellungs-Verfahren (Sampling) ganz mit der verwendeten persuasiven Sprache. Beide stehen ganz im Zeichen eines kommunikativen Aktes,⁶²⁶ bei dem Kommunikation nicht als blosser Informationsaustausch verstanden wird, sondern

⁶²¹ Der „Marsch durch die Institutionen“ ist eine 1967 von Rudi Dutschke verbreitete Parole, die als Schlagwort für den Höhepunkt der Studentenbewegung der 1960er Jahre bekannt geworden ist. www.wikipedia.org/wiki/Marsch_durch_die_Institutionen

⁶²² „Wandel durch Annäherung“ lautete das Motto der Ostpolitik der sozialliberalen Koalition. Die Formulierung wurde 1963 von Egon Bahr (SPD) geprägt, dem damaligen Leiter des Presse- und Informationsamtes des Landes Berlin.
www.willy-brandt.org/bwbs_bibliografie/Wandel_durch/Annaeherung_G1167.html

⁶²³ Iser in: Henrich / Iser (1983), S. 139.

⁶²⁴ Ebd., S. 139.

⁶²⁵ Ebd., S. 144.

⁶²⁶ In „Tristesse Royale“ äussert sich Alexander v. Schönburg direkt zu den ästhetischen und rhetorischen Anforderungen an die Sprache: „Wer kann noch reden? Ich meine richtig reden, nicht Sprechblasen von sich geben, sondern rhetorisch und auf den Punkt genau sprechen. (S. 61)“ und spricht damit einen der Generation Golf wichtigen Aspekt der Sprache an, nämlich sich zu differenzieren.

eben in erster Linie als persuasiver Akt. Gewährleistet wird dieser in den Texten der Pop-Literatur durch eine „instrumentalisierte“ Sprache im Sinne von Johannes Andereggs:

Als instrumentalisiert wird die Sprache erfahren, wenn sie sich auf eine konventionalisierte Welt bezieht, wenn sie aus einem konventionalisierten und also stabilisierten Denkhorizont heraus verstanden werden kann.⁶²⁷

Wie weiter oben bereits mehrfach erwähnt, handelt es sich bei der Pop-Literatur um eine sehr stark auf Insider bezogene Literatur. Insider verstehen sich deshalb, weil sie sich auf die gleiche und sehr stark konventionalisierte Welt beziehen, die für Aussenstehende hermetische Züge annehmen kann. Und so werden sie von den Nicht-Insidern aus den gleichen Gründen eben nicht verstanden, aus denen sie sich als Insider gerade verstehen, weil die Konventionen stimmen oder eben nicht. Instrumentalisierte Sprache setzt Johannes Anderegg immer wieder mit dem Deviationsmodell im Zusammenhang. In diesem Punkt liegt ein weiteres Moment der konventionalisierten Welt, denn die verwendete Sprache betrachten nur jene als deviant, welche von einem anderen Normalen der Sprache ausgehen als die Autoren und ihr Zielpublikum. Oder anders gesagt: Die in den Texten der Pop-Literatur verwendete Sprache ist keine geringere, als die von den Insidern verwendete, medial geprägte und alltäglich gebrauchte Sprache. Das Interessante, um nicht gerade von Problem zu sprechen, liegt dabei genau in diesem folgenden Punkt:

So gewinnt das Modell der Fiktionalisierung seine Profilierung aus der Abgrenzung gegenüber dem, was man gewöhnlich als Wirklichkeitssprache oder *normale* Sprache bezeichnet. Fiktionale Kommunikation wird verstanden als Alternative zu [der] *normalen* Kommunikation [...].⁶²⁸

Wenn nun die in den Texten der Pop-Literatur verwendete Sprache für die Insider gar keine deviante ist, also genau jene „normale Kommunikation“ darstellt, wird ihr die Fiktionalität, zumindest für die Insider, abgesprochen, und gemäss Andereggs in der Folge auch das Ästhetische:

Weil dergestalt die Frage nach der Fiktionalität diejenige nach dem Kunstwerk ersetzt, drängt sich die Folgerung auf, es sei die Fiktionalität der eigentliche Ort des Ästhetischen, es sei mit der Fiktionalität zugleich auch das Ästhetische oder ästhetische Qualität notwendig gegeben und es sei das Ästhetische, soweit es sich dabei um ein

⁶²⁷ Johannes Anderegg in: Henrich / Iser (1983), S. 164.

⁶²⁸ Ebd., S. 156.

Sprachliches handelt, nur im Bereich des Fiktionalen möglich. Ästhetisierung wäre demnach als Fiktionalisierung zu begreifen.⁶²⁹

Dieser Argumentation zufolge und den Aspekt der „instrumentalisierten Sprache“ mitberücksichtigend, müsste die persuasive Intention der Pop-Literatur scheitern. Ob dies der Fall ist, kann nur eine psychologisch, gross angelegte Leser-Umfrage veri- oder falsifizieren. Und ebenfalls offen bleibt, ob ästhetische Bewertungen und persuasive Sprachelemente wirklich für das Zielpublikum gedacht sind, oder ob nicht doch vielmehr in diesen Punkten die so oft negierte und noch öfters verwendete Ironie, das Spiel mit den Erwartungen und Horizonten, von den Pop-Autoren auf die Spitze getrieben wird.

Frank Zipfel⁶³⁰ macht im Zusammenhang mit der Frage nach den „Fiktionssignalen“⁶³¹ Überlegungen zur Systematisierung solcher Signale und weist auf die Problematik der Rezeption hin, welche die Intention des Autors und die Struktur der Texte berücksichtigen soll. Dass aber die Intention des Autors, selbst wenn dieser in Interviews Stellung dazu genommen haben sollte, eine irrelevante Grösse bleiben muss, und zwar aus Gründen der Verifizierbarkeit, darauf sei an dieser Stelle ausdrücklich hingewiesen, oder um es mit Johannes Andereggs Worten zu sagen:

Das Spezifische jener Texte, die als fiktionale gekennzeichnet werden sollen, liegt vielmehr darin, daß bei ihrer Wahrnehmung die Frage nach der Authentizität, nach Wahrheit oder Überprüfbarkeit hinfällig wird. Nicht die Unmöglichkeit zu referenzialisieren, sondern der Wegfall des Bedürfnisses, eine Referenzialisierung vorzunehmen, kennzeichnet die fiktionale Kommunikation, und eben deshalb kann in der Fiktion auch die Darstellung von objektiv Unwahrem oder Unmöglichem integriert werden.⁶³²

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Fiktion immer eine vom Leser gemachte, von seinem subjektiven Welt-Verständnis und von subjektiver Phantasie, Einbildungskraft und Imagination abhängige Grösse darstellt, die der Realität als solche nicht kontradiktorisch gegenüber steht, sondern mit dieser an fließenden und daher nicht festzumachenden Grenzen verbunden ist. Realität und

⁶²⁹ Ebd., S. 157.

Es sei angemerkt, dass Anderegg dem Ästhetischen durchaus noch ausserhalb des von ihm skizzierten Fiktionalisierungsmodells seine Existenz zuspricht, und zwar in der Kategorie der ästhetischen Erfahrung: „Ästhetische Erfahrung fällt mit fiktionaler Kommunikation nicht zusammen; sie ist weder an den Bereich der Wirklichkeitssprache noch an den der Fiktion gebunden, aber in beiden Bereichen ist sie möglich, und hier wie dort lässt sie sich als optimale Realisierung sprachlicher Möglichkeiten verstehen“. In: Heinrich / Iser (1983), S. 171.

⁶³⁰ Frank Zipfel: „Fiktion, Fiktivität, Fiktionalität. Analysen zur Fiktion in der Literatur und zum Fiktionsbegriff in der Literaturwissenschaft“ (2001).

⁶³¹ Frank Zipfel (2001), S.232-247.

⁶³² Anderegg in: Heinrich / Iser (1983), „Zum Problem der Alltagsfiktion“, S. 379.

Fiktion sind ineinander fließende Entitäten eines selben Kontinuums, das behelfsweise als das *Erfahrbare* bezeichnet werden kann. In Bezug auf die untersuchten Texte der Pop-Literatur liegt die Problematik an der Beurteilung von Fiktionssignalen. Die gemäss Zipfel als „paratextuelle Fiktionssignale“⁶³³ bezeichneten Indikatoren wie „Titel, Untertitel, Gattungsbeschreibung, Vorwort, Nachwort, Klappentext sowie Erscheinungsort und Erscheinungsart“ sind zu ergänzen mit Stellungnahmen vom Autor in Interviews und in intertextuellen Bezügen. Gerade diese beiden Indikatoren aber spielen bei den Pop-Autoren im Unterschied zu anderen Autoren eine besonders wichtige Rolle. Im Zusammenhang mit dem Kapitel zur Vermarktung wird ausführlich auf die Problematik des Künstlers als Gesamtkunstwerk verwiesen. Diese Problematik fließt in die Fragestellung nach Fiktion mit ein. Wenn bei einem Autor wie Benjamin von Stuckrad-Barre, der insgesamt von der Literaturkritik als Paradebeispiel⁶³⁴ eines Pop-Autors betrachtet wird, wenn also von Stuckrad-Barre neben den zahlreichen Fiktionssignalen im Text,⁶³⁵ auf der paratextuellen Ebene für Signale sorgt, die sowohl als fiktiv wie auch als real bezeichnet werden können,⁶³⁶ - was folgt daraus? Heben sich paratextuelle Signale für Realität mit solchen von textueller Fiktion quantitativ oder qualitativ auf? Wieviel und welche Fiktionssignale sind notwendig oder hinreichend, um von einem fiktiven Text sprechen zu können? Reicht es beispielsweise aus, einen autobiografischen Text als Roman, und somit als fiktiv, zu bezeichnen?

Vorausgesetzt sei, es reicht ein einziges Fiktionssignal welcher Art auch immer, um von Fiktion⁶³⁷ zu sprechen. Weiterhin sei vorausgesetzt, dass in jedem Text welcher Art auch immer ein solches Signal vorhanden sei und folglich jeder

⁶³³ Zipfel (2001), S. 241.

⁶³⁴ S.o. „Autorschaft“.

⁶³⁵ Damit ist in erster Linie die Intertextualität mittels des Sampling-Verfahrens gemeint, gemäss Iser, wie weiter oben darbelegt. (Auch Zipfel weist auf die Intertextualität als Fiktionssignal hin, 2001, S. 237.) Gemeint sind aber auch charakterisierende Namen, gemäss Zipfel (2001), S. 234, welche in den Rhetorischen Figuren der Antonomasien zahlreich vertreten sind.

⁶³⁶ Gemeint ist damit, dass durch die Betonung der Vermischung von Leben und Kunstwerk, von sich selbst als „Experiment“ des eigenen Schreibens, nicht nur die Grenze zwischen Realität und Fiktion obsolet wird, sondern die genaue Positionierung des tatsächlich Realen nicht mehr gewährleistet ist. Denn aus Sicht des Autors selber sind beide Entitäten eine einzige Realität. Zum theoretischen Hintergrund vgl. Kapitel „Autorschaft“ und den Hinweis auf den Beitrag von Fotis Jannidis, in: Heinrich Detering (Hg): „Autorschaft. Positionen und Revisionen“ (2002), S. 540-557.

Vor diesem Hintergrund sowie unter Anbetracht, dass sowohl die Pop-Autoren selber wie auch ihre Figuren der gleichen Lebenswelt (Pop-Kultur) entstammen und dem gleichen Milieu zugehören, nämlich durch ihre Zugehörigkeit zu der besagten Generation der zwischen 1965 und 1975 Geborenen, werden beide gleichermaßen mit dem Begriff der Generation Golf synonymisiert. Dies geschieht nicht zuletzt aufgrund des soziologischen Schwerpunktes der Ausführungen zur Alltagsästhetik.

⁶³⁷ Fiktion ist hier im Sinne von *intersubjektiv nicht nachvollziehbare Möglichkeit von realisierbarer Welt* zu verstehen

Text, welcher Art auch immer, als fiktional zu betrachten ist. Dieser Behauptung liegt die begründete Annahme zugrunde, dass die intersubjektive Realität an sich bereits eine von intrasubjektiven Konstruktionen durchzogene Grösse ist und deshalb jede von einem Subjekt und seinem intrasubjektiven Verständnis von Realität bzw. von Fiktion realisierte Äusserung⁶³⁸ als Fiktion zu verstehen ist.⁶³⁹ Das Subjekt im Allgemeinen und der Pop-Autor ganz im Besonderen,⁶⁴⁰ als intertextueller⁶⁴¹ Verknüpfungspunkt vielfacher sprachlicher Realisierungen verstanden,⁶⁴² ist so gesehen per se eine Fiktion-generierende Instanz, welche bestrebt ist, die Wirklichkeit so umzudefinieren, dass sie seinem persönlichen Geschmack entspricht.

In diesem Sinne ist literarische Fiktion im Falle der Pop-Literatur keine überprüfbare Kategorie zwischen Wirklichkeit und Wahrheit im Dienste einer authentischen Literatur mit mimetischem⁶⁴³ Anspruch, sondern eine ästhetische „Wahrnehmungs- oder Kommunikationsweise“,⁶⁴⁴ die gekennzeichnet durch gruppen- oder milieuspezifische Codes und deren Dechiffrierung (Interpretation) beim entsprechenden Zielpublikum für die nötige Glaubwürdigkeit sorgt.

Nicht nur gibt es kein Kunstwerk ohne seine Interpretation: es gibt überhaupt nichts ohne seine Interpretation. Interpretierbarkeit ist nicht kunstspezifisch, und zwar selbst dann nicht, wenn sie durch *Leerstellen*⁶⁴⁵ ausgelöst wird; denn *Leerstellen* gibt es – über den Schweizer Käse hinaus – auch sonst in der Wirklichkeit.⁶⁴⁶

⁶³⁸ Als solche wird Literatur in dieser Arbeit verstanden, ganz wie am Anfang dieses Kapitels im Zusammenhang mit Literatur als kommunikativem Akt präsupponiert.

⁶³⁹ An dieser Stelle sei auf den Aufsatz von Hans Ulrich Gumbrecht mit dem Titel: „Lebenswelt als Fiktion / Sprachspiele als Antifiktion“ in: Heinrich / Iser (1983), S. 239-275, verwiesen, der die Zusammenhänge aufzeigt zwischen den „pragmatischen Bedingungen der literarischen Kommunikationssituation im XIX. Jahrhundert“ mit ihrer „Annäherung von fiktionaler Welt und Alltagserfahrung“, dem Spanischen Costumbrismo und der Frage nach der „Vororientierung für die Wahl zwischen verschiedenen, chronologisch gleichzeitigen Alltagswelten“, wie sie im 21. Jahrhundert der Fall sind.

⁶⁴⁰ Wie bereits im Kapitel zur „Autorschaft“ gesehen, gemäss Moritz Baßler als „Sammler und Generierer“ aus und von sowohl Literatur wie auch Kultur ganz allgemein verstanden. Vgl. Moritz Baßler in: Sorg / Mettauer / Proß (Hg.) (2003), S. 155-165.

⁶⁴¹ Und gemäss Wolfgang Iser somit, wie weiter oben dargelegt, als Träger von Fiktion zu verstehen.

⁶⁴² Gemäss Roland Barthes und Julia Kristeva, wie im Kapitel zur „Autorschaft“ dargelegt.

⁶⁴³ Denn unter Anbetracht obiger Ausführungen wird ein Begriff wie „Mimesis“ natürlich obsolet.

⁶⁴⁴ Anderegg in: Heinrich / Iser (1983), S. 379.

⁶⁴⁵ Mit „Leerstelle“ ist hier jene von Wolfgang Iser im Zusammenhang mit dem „Akt des Lesens“ definierte Funktion im Text gemeint, die für Fiktionalität und Literarizität steht. S.o. „Autorschaft-Der Leser als Teil einer Wirkungsästhetik“.

⁶⁴⁶ Marquard, in: Heinrich / Iser (1983), S. 493.

Weitere interessante Überlegungen zum Zusammenhang von Kunst und Fiktion macht Iser in seinem Beitrag: „Die Doppelstruktur des literarisch Fiktiven“, in: Heinrich / Iser (1983), S. 497-510.

In Anbetracht der obigen Ausführungen bezüglich der Literarizität wird im Folgenden die in der Pop-Literatur dargestellte Lebenswelt als solche real verstanden und dementsprechend behandelt, nämlich als Phänomen.

2.4. Lebenswelt – eine Definition

Die Unterteilung der Gesellschaft in Lebenswelt und als kleinere Einheit in Milieu, Stil und Habitus,⁶⁴⁷ kann gemäss Helga Nowotny⁶⁴⁸ als Instrument im Dienste der Herstellung einer sozialen Ordnung verstanden werden. Da die wohl wichtigste gesellschaftsstiftende Institution, die Religion, durch die Auswirkungen der medial und dadurch global vermittelten Wissenschaften, im christlichen Abendland ihre sinnstiftende und dadurch sozialisierende Fähigkeit mehr und mehr eingebüsst hat, sucht das Individuum in seiner, aus dem postmodernen Überfluss der Möglichkeiten resultierenden, Orientierungslosigkeit nach neuen Wegen, soziale Ordnungen herzustellen.

Mit dem geschichtlichen Einzug der modernen Naturwissenschaft hat diese einige der sozialen Funktionen übernommen, die früher der Religion zukamen. Wie die Religion macht auch die Wissenschaft eine Unterscheidung zwischen den Wissenden und den Unwissenden, analog die Unterscheidung zwischen dem Heiligen und Profanen.⁶⁴⁹

Die Unterscheidungen in „Wissende und Unwissende“ wiederum dient, wie das ursprüngliche religiöse Modell, der Bildung sozialer Ordnungen. Nicht anders als eine solche muss die „in-out“-Dichotomie verstanden werden, mittels derer in den Texten der Pop-Literatur gesellschaftliche Ein- bzw. Ausschlüsse zustande kommen. Im Spannungsverhältnis von Pluralisierung (Globalisierung) auf der einen und Individualisierung (Lokalisierung) auf der anderen Seite, sieht sich das Subjekt zunehmend in eine grenzenlose Offenheit getrieben, die es erst mal zu bewältigen gilt:

Gesteigerte Offenheit im Lebenslauf zwingt die Menschen, selbst Strukturen in ihr Leben einzubeziehen. Die Normalbiografie als Gerüst für den Lebenslauf zerfällt zusehends und muss durch eine Wahlbiografie ersetzt werden.⁶⁵⁰

⁶⁴⁷ Begriffsexplikation s.u.

⁶⁴⁸ Nowotny (2005).

⁶⁴⁹ Nowotny (2005), S. 106.

⁶⁵⁰ Günther Rosenberger: „Risiken für Konsumkompetenz und Persönlichkeitsentwicklung in der Wohlstandsgesellschaft“ (2005), S. 33.

Eine solche Wahlbiografie wird nicht zuletzt durch das Konsumverhalten der Subjekte codeterminiert. Dabei ist mit Konsumverhalten⁶⁵¹ nicht nur die Entscheidung betreffend des Kaufs bestimmter materieller Objekte gemeint, sondern eine generelle ästhetische Haltung, welche auch Meinungen und Haltungen impliziert und somit im Bereich von Habitus, Milieu, Lebensstil und Lebenswelt anzusiedeln ist.

Um von Lebenswelt und den damit zusammenhängenden Begriffen von Milieu, Lebensstil und Habitus sprechen zu können, müssen erst mal die Parameter zu deren Definition festgelegt werden. Es scheint allgemeiner Konsens darüber zu herrschen, dass eine traditionelle vertikale Aufgliederung (wie sie im Anschluss dargestellt wird) der Gesellschaft in „Klassen“ und „Schichten“ in dieser Art nicht mehr zeitgemäss die sozialen Unterschiede und Ungleichheiten zu repräsentieren vermag:

Beide Konzepte, *Klasse* und *Schicht*, dienen und dienen in der Sozialstrukturanalyse zur Kennzeichnung, Zusammenfassung und Abgrenzung von Bevölkerungsgruppen nach hierarchisierenden, sozioökonomischen Kriterien, wie Bildung, Beruf, Einkommen. [...] Da eine Person idealtypisch einer bestimmten Statuslage angehört, kann sie einer Klasse (Kapitalisten, Bourgeoisie, Proletariat) oder Schicht (Ober-, Mittel-, Unterschicht) fremd- und selbstverortet werden.⁶⁵²

Die aktuellen Modelle soziologischer Strukturen, spätestens seit Pierre Bourdieus Studie „Die feinen Unterschiede“,⁶⁵³ gehen von einer stark horizontal geprägten Gewichtung der sozialen Unterschiede aus.

In den neueren Theorien sozialer Ungleichheit werden die Veränderungen der letzten Jahrzehnte unter Ausdifferenzierung von Lebensstilen subsumiert. Dabei ist eine strukturelle Pluralisierung von Lebenslagen von einer handlungsrelevanten Individualisierung von Lebensführungen zu unterscheiden. Mit *Pluralisierung von Lebenslagen* werden landläufig Ausdifferenzierungen sozioökonomisch bedingter Ungleichheitsdimensionen beschrieben. Hier bezeichnet eine *Lebenslage oder soziale*

⁶⁵¹ Vgl. Rosenberger (2005).

⁶⁵² Barbara Hölscher in: „Lebensstile durch Werbung. Zur Soziologie der Life-Style-Werbung“ (1998), S. 89.

⁶⁵³ Bourdieu (1982) betrachtet objektive Lebensbedingungen wie „Ausbildungs- und Berufsstrukturen“ sowie „Markt- und Arbeitsbedingungen“ (vertikal) als verursachende Variablen, die er jedoch mit kollektiven „Lebenswürfen“ und „Lebensstilen“ (horizontal) verbindet. Als Verbindungsglied dient ihm dabei der „Habitus“, den Bourdieu als „klassenspezifische“ Wertestruktur definiert (und dabei auf bewährte Terminologien zurückgreift) und der einerseits die Lebenspraxis an sich strukturiert, andererseits jedoch gleichsam selbst als Ausdruck der Sozialstruktur angesehen wird. Die Aufhebung der ständemässig hierarchisierenden Horizontal-Schichtung der Gesellschaft zu Gunsten einer zwar immer noch vertikal angelegten Struktur, die jedoch in ihren horizontalen Ausprägungen mehr Spielraum zulässt, bildet die Grundlage für alle darauf folgenden sozialökonomischen Modelle.

Lage die vertikale und horizontale Position von Menschen, Haushalten oder Gruppen im Sozialgefüge, eine Statuslage nur die vertikale.⁶⁵⁴

In diesem Sinne ist das „Klassen-Schicht-Modell“ als „Statuslage“ zu bezeichnen, welche keine horizontal relevante „Chanceninterpretation“⁶⁵⁵ im Sinne eines „Pluralisierungsprozesses“ zulässt. Vertikalität wird zunehmend vom Alters-Faktor und nicht wie bislang von der sozialen Herkunft mitbestimmt:

Vertikalität ist in unserer Gesellschaft durch eine Alterszone um die Lebensmitte herum gespalten: Innerhalb der Altersgruppen bestehen deutliche milieuspezifische Unterschiede sozialer Lagen, nicht jedoch zwischen den Altersgruppen.⁶⁵⁶

Für die vorliegende Arbeit von Bedeutung ist die Betonung der Horizontalität im gesellschaftlichen Gefüge, welche eng mit dem Pluralisierungsprozess verknüpft ist. Im Folgenden wird der Einfachheit halber und gemäss Ben Bachmairs Terminologie von „Lebenswelt“⁶⁵⁷ gesprochen, wenn die „soziale Lage“ im Sinne von Hölscher gemeint ist. Es handelt sich dabei, gemäss obigen Ausführungen, um einen horizontal geprägten Oberbegriff für soziale Zugehörigkeit, deren Hauptparameter zur feineren Unterteilung in „Milieu“ mit entsprechenden „Lebensstilen“ und „Habitus“ mit dem Begriff des Geschmacks zusammenhängen, wie im Folgenden ausgeführt wird. Dabei wird „Milieu“ wie folgt definiert:

Kulturelle Milieus sind subjektive Gestaltungsleistungen der Menschen, die über individuelle Bedeutungskonstitution entstehen. Milieus sind deshalb eine Verbindung von individuellem Sinn, Lebenslauf, Lebensgestaltung, Alltag und Darstellungscodes. Soziale Stile und Milieus sind Code-Handlungs-Systeme, die die sozialen Räume der aktuellen Lebenswelt bestimmen.⁶⁵⁸

Begriffe wie „individueller Sinn“, „Lebenslauf“, „Lebensgestaltung“, „Alltag“ und „Darstellungscodes“ sind im Zusammenhang mit der Pop-Literatur nicht ohne den Bezug zur Alltagsästhetik denkbar.

⁶⁵⁴ Barbara Hölscher (1998), S. 106.

⁶⁵⁵ Hölscher (1998) S. 107.

Vgl. dazu auch Hans Ulrich Gumbrecht in „RLW“, Bd. I, zum Begriff von „Generation“, S. 697-699

⁶⁵⁶ Gerhard Schulze (2000), S. 23.

⁶⁵⁷ Ben Bachmair (1996), S. 91: „Lebenswelt ist heute eine Aktivität der Bedeutungskonstitution, die soziale Räume sozusagen als „Interpretationswelt“ aufbaut und dieses als immerwährende Aufgabe den Menschen zuschiebt. [...] Lebenswelten sind soziale Figurationen, die kurzfristig stabile soziale Bezugsrahmen aus Konsumaktivitäten, Räumen, Zeiten, Themen und medialer Symbolik schaffen. Die Dynamik liegt bei den Menschen, die in funktionellen Linien der Bedeutungskonstitution handeln [zum Beispiel Pop-Autoren].“

⁶⁵⁸ Bachmair (1996), S. 97.

Die Verbindung von *Lebenssituationen* mit *alltagsästhetischen Mustern* (Schulze 1992 und 1988) beschreibt die für das heutige Alltagsleben relevante Mischung von Medien, Konsum, Selbstdarstellung in der sozialen Umgebung und der konkreten Lebensgestaltung.⁶⁵⁹

Wie im Kapitel zur Autorschaft bereits eingehend dargelegt, bedeutet die doppelte Medienaffinität der Pop-Autoren, einerseits als (ehemalige) Medienschaffende sowie als Mitglieder einer Generation, die erstmalig mit der Dauerpräsenz der Medien in diesem Ausmass aufgewachsen ist, eine geradezu medien-infiltrierte Dimension der medial bedingten Ästhetisierung des Alltags und deren Auswirkungen auf den „Lebensstil“. Dieser wird für diese Arbeit gemäss Bachmair als symbolische Form der Alltagsästhetisierung verstanden, welche zur Konstituierung von Milieu und der dazugehörigen Differenzierung zu anderen Milieus dient:

Die Menschen konstruieren sich ihren Alltag, organisieren ihr Sozialleben und differenzieren sich mittels Codes, dem symbolischen Material, das von Medien, Waren und Situationen stammt.⁶⁶⁰

Wenn von einer Konstruierung der Lebenswelt (horizontal) innerhalb der ganzen Sozialstruktur (vertikal) mittels milieuspezifischer (horizontal) Stile (horizontal) die Rede ist, wird deutlich, wie horizontal bestimmend die „feinen Unterschiede“, wie sie Pierre Bourdieu in seinem gleichnamigen Werk nennt, tatsächlich sind. Hubert Eichmann⁶⁶¹ betitelt seine empirische Studie zu den „Wissensungleichheiten durch die differentielle Nutzung von Printmedien, Fernsehen, Computer und Internet“ mit „Medienlebensstilen zwischen Informationselite und Unterhaltungsproletariat“ und benennt damit die zwei wohl wichtigsten Parameter,⁶⁶² welche diese stark horizontal geprägte Gesellschaftsstruktur am ehesten vertikal zu differenzieren vermögen: der ästhetische Umgang mit Information und Unterhaltung und der damit zusammenhängende Lebensstil.

⁶⁵⁹ Ebd., S. 97.

⁶⁶⁰ Ebd., S. 96.

⁶⁶¹ Hubert Eichmann: „Medienlebensstile zwischen Informationselite und Unterhaltungsproletariat. Wissensungleichheiten durch die differentielle Nutzung von Printmedien, Fernsehen, Computer und Internet“, (2000).

⁶⁶² Sowie deren implizite Elemente von Geschmack, welcher in Dependenz steht zur medial definierten gruppenspezifischen Alltagsästhetik.

2.4.1. Lebensstil und Lebenswelt

Insgesamt betrachtet setzt sich die Lebenswelt⁶⁶³ in der Pop-Literatur aus einer Fülle von ästhetisch begründeten Geschmacks-Urteilen und deren sozialen Folgen zusammen. Es entspricht dabei ganz einem gewissen Lebensstil, eben diese Geschmacks-Urteile zur Ästhetisierung des Alltags dort einzusetzen, wo Konsum-Entscheidungen gefragt werden. „Lebensstile werden häufig über Konsum definiert, weil beides sich überschneidet“,⁶⁶⁴ heisst es dann auch bei Günther Rosenberger, und er bringt auf den Punkt, was im Zusammenhang mit dem Geschmack noch eingehender dargelegt wird: Die Individuen der Postmoderne allgemein und die Generation Golf mit ihren Autoren und Figuren im Besonderen, definieren sich und ihre Lebensstile in erster Linie über Alltagsgegenstände, deren Wertigkeit vom Geschmack und von der sie besitzenden Gruppe von Menschen determiniert wird. Dabei geht es eben nicht um die Sicherung des Milieus und der damit zusammen hängenden Lebenswelt, denn diese sind beide durch die Horizontalisierung der Gesellschaft und durch die Mitgliedschaft der breiten Masse als sicher gegeben und sind somit nicht mehr existentiell. Vielmehr wird der Habitus selbst, ganz im Sinne der Ästhetisierung des Alltags, aufgewertet, vorausgesetzt, er entspricht dem Geschmack der anvisierten Gruppe, und zwar im Sinne einer „happy few“⁶⁶⁵ und deren Lebensstil.

Fragt man nun nach Funktionen von Lebensstilen, so werden übereinstimmend Orientierungsfunktionen und Integrationsfunktionen als konstitutive Merkmale genannt. Orientierungsfunktionen verweisen auf den Erwerb von Selbst- und Weltbildern bzw. auf die Adaption von Handlungsrouninen über Rollenmuster. Integrationsfunktionen dagegen zielen auf die Sicherung der personalen wie sozialen Identität durch Identifikation mit Bezugsgruppen und Abgrenzung gegenüber andern Gruppen.⁶⁶⁶

Insgesamt dient der Lebensstil der Orientierung und Ordnung der grenzenlos gewordenen, horizontal gleichwertigen Ausprägungen von Lebenswelten. Diese Orientierung basiert auf dem Prinzip des „Ein- bzw. Ausschiessens“ von

⁶⁶³ Im Falle der Generation Golf handelt es sich dabei um die zahlreichen ähnlichen Milieus der gesamten Gesellschaft, als Pop-Kultur verstanden, oder um der Verständlichkeit halber mit der klassischen Terminologie zu sprechen, um die „Mittelschicht“, wobei sich ihre Grenzen sowohl nach unten wie nach oben verlagert haben, sodass sie eben nicht als klassische Mittelschicht zu verstehen ist, sondern als breite Masse (im Folgenden wird dieser Begriff verwendet) von Menschen, die weder extrem arm noch extrem reich sind, wobei natürlich extrem ein vager Begriff ist. Für die Differenzierung in dieser Arbeit dürfte er jedoch ausreichen, zumal mir keine empirischen Daten vorliegen, um genaue Einkommenszahlen als Grundlage für die Grenze zu nehmen.

⁶⁶⁴ Rosenberger (2005), S. 239.

⁶⁶⁵ Bourdieu (1982), definiert die „happy few“ als Gruppe, die bestrebt ist, „wenig[e] [zu] sein und gegen viele [zu] kämpfen“, S. 62.

⁶⁶⁶ Eichmann (2000), S. 173.

Individuen in bzw. aus einer Gruppe, die sich aus geschmacklichen Gründen den Lebensstil teilt.

2.4.2. Lebensstil und Geschmack

Geschmack klassifiziert – nicht zuletzt den, der die Klassifikationen vornimmt. Die sozialen Subjekte, Klassifizierende, die sich durch ihre Klassifizierungen selbst klassifizieren, unterscheiden sich voneinander durch die Unterschiede, die sie zwischen schön und hässlich, fein und vulgär machen und in denen sich ihre Position in den objektiven Klassifizierungen ausdrückt oder verrät.⁶⁶⁷

Bei der Pop-Literatur geht es in erster Linie um die Unterschiede zwischen „in“ und „out“.⁶⁶⁸ Schön und hässlich sowie fein und vulgär zu unterscheiden, gehört nicht in den Bereich der Pop-Literatur, da diese Begriffe eine genauere ästhetische Abstufung verlangen und ethisch-moralische Kategorien implizieren. In den untersuchten Texten jedoch geht es weniger um Nuancen der Ästhetik oder gar um ein „ethisch fundiertes Normensystem“,⁶⁶⁹ sondern um die reine Polarisierung der Welt in ästhetisch legitime bzw. illegitime Ausprägungen von Lebensweisen. Diese Polarisierung ist gemäss Bourdieu dem „Habitus“ zuzusprechen. Dabei wird „Habitus“ als eine „aus Not entstandene Tugend“ verstanden:

Die Grundthese, wonach der Habitus eine aus Not entstandene Tugend ist, läßt sich nirgends so deutlich nachvollziehen wie am Beispiel der unteren Klassen, stellt Not für sie doch alles dar, was sich üblicherweise mit diesem Wort verbindet, nämlich daß es unvermeidlicherweise am Notwendigen fehlt.⁶⁷⁰

Der Not der Generation Golf⁶⁷¹ entspricht dies sicherlich nicht, liegt ihr Problem doch weniger darin, finanzielle Not überhaupt zu kennen,⁶⁷² sondern vielmehr

⁶⁶⁷ Bourdieu (1982), S. 25.

⁶⁶⁸ Dabei geht es nicht um einen „Habitus“, der aufgrund eines „Geschmack[s] aus der Notwendigkeit“, wie ihn Bourdieu (1982) für die „unteren Klassen“ definiert hat, entsteht, sondern aufgrund eines Geschmacks, der eben gerade nicht in der Notwendigkeit fusst, vielmehr aus purem Luxus der reinen Differenzierung dient.

⁶⁶⁹ Bourdieu (1982), S. 24.

⁶⁷⁰ Bourdieu (1982), S. 585.

⁶⁷¹ Schulze in: Soeffner (1988), weist in seinem Aufsatz auf eine Langzeit-Studie von Felson (1976) hin, in welcher empirische Ergebnisse dazu geliefert werden, dass zwar nach wie vor materielle Ungleichheit zwischen den Milieus besteht, „jedoch im Vergleich zu früher, ihre alltagsästhetische Determinationskraft weitgehend verloren hat.“ Diese Tatsache spricht einmal mehr für eine horizontal gewichtete Unterscheidung der gesellschaftlichen Milieus. Dementsprechend kann die gesamte Generation Golf als Manifestation von verschiedenen Milieus aus derselben Lebenswelt insgesamt als Pop-Kultur verstanden werden.

⁶⁷² Nicht weil in jedem Fall über genügend finanzielle Mittel verfügt wird, sondern nicht zuletzt dank der Möglichkeiten der Kreditkarte, die es ermöglichen, auch Geld auszugeben, das gar nicht

darin, sich entscheiden zu müssen, was damit anzustellen, heisst, in welche Objekte mit Kultpotenzial zu investieren. Die Entscheidung, welche Objekte den Kultstatus erreichen, hängt dabei nicht von einem objektiven Wert ab, und schon gar nicht von der Frage nach einer weder intra- noch interpersonellen Notwendigkeit, sondern vom kurzfristigen Marktwert.⁶⁷³ In diesem Sinne ist Habitus bei der Generation Golf wie folgt zu verstehen:

Der Habitus ist definiert als System von Dispositionen, die im Alltagsleben als Denk-, Wahrnehmungs- und Beurteilungsschemata fungieren und den Prinzipien sozialer Klassifikation als Klassenethos (bzw. Gruppenethos) zum Ausdruck kommen. Die Konstitution des Habitus erfolgt nach Maßgabe der sozialen Struktur, d. h. der sozialen Lage und Stellung innerhalb der Sozialstruktur, und bildet folglich klassenspezifische (bzw. gruppenspezifische) Dispositionen aus (strukturierte Praxis); die in diesen Positionen enthaltene Denk-, Wahrnehmungs- und Beurteilungsschemata wiederum generieren strukturell angepaßte Praxisformen, die zur Reproduktion objektiver Strukturen (strukturierte Praxis) beitragen. Der Habitus ist also ein praktischer Operator, ein Mechanismus, der die Praxis der Struktur anpaßt und damit die praktische Reproduktion der Struktur gewährleistet.⁶⁷⁴

Somit muss „Habitus“ auf die Pop-Literatur bezogen bedeuten: den richtigen, nämlich dem Milieu entsprechenden Geschmack zu haben, der sich auf „Denk-, Wahrnehmungs- und Beurteilungsschemata“ niederschlägt und praktisch im Konsum-Verhalten am greifbarsten wird. Die „Not“ (Bourdieu) würde demnach darin liegen, sich für die Zugehörigkeit zu einem Milieu und dem entsprechenden Geschmack-Duktus unterzuordnen. Dabei kann in Anbetracht der allgemeinen finanziellen Sorglosigkeit der betreffenden Milieus im Falle der Generation Golf von einer „happy few“⁶⁷⁵ ausgegangen werden, deren grösstes Problem die Distinktion darstellt:

Andererseits trägt [der Konsum] dazu bei, daß im eintönigen Grau der vielen die wenigen sich selbst und einander erkennen und ihre Mission begreifen: wenig sein und gegen viele kämpfen [=happy few].⁶⁷⁶

In den Wirtschaftswissenschaften wird dieses Konsumverhalten mit dem Begriff des „Snob-Effektes“ beschrieben:

vorhanden ist, zumindest bis zu einer gewissen Grenze. S.u.: „Geschmack – eine Frage von Klasse“.

⁶⁷³ S.u.: „Snob-Effekt“.

⁶⁷⁴ Müller zitiert in: Hölscher (1998), S. 52.

⁶⁷⁵ Bourdieu (1982), S. 62.

⁶⁷⁶ Ortega y Gasset zitiert nach Bourdieu (1982), S. 61-62. Unter Ausklammerung der Differenzen in der ästhetischen Motivation, kann diese Haltung vorerst und behelfsweise als *avantgardistisch* betrachtet werden.

Snob-Effekt, Bez. für das Nachfrageverhalten von Konsumenten, die beim Kauf von Gütern nach Exklusivität streben. [...] Der Konsument kauft von einem Produkt mehr (weniger), weil andere weniger (mehr) davon kaufen, um sich von der *breiten Masse* abzuheben.⁶⁷⁷

Dieses Abheben von der Masse ist an vielen Stellen der Pop-Literatur dokumentiert und auch vom literarischen Quintett der „Tristesse Royale“ thematisiert. Zu verstehen ist der „Snob-Effekt“ vor dem Hintergrund folgender, für diese Arbeit geltender Snob-Definition:⁶⁷⁸

Der popliterarische Snob geht von seiner ökonomisch und kulturell privilegierten gesellschaftlichen Position aus und ermöglicht durch seine Werturteile⁶⁷⁹ den Fortbestand der relativen Trennung gesellschaftlicher Milieus, die er als Einzelner gerade zu überwinden trachtet.⁶⁸⁰

Mit „privilegiert“ ist hier die Zugehörigkeit zur „breiten Masse“ gemeint, welche mit ihren sowohl reellen wie auch virtuellen⁶⁸¹ finanziellen Mitteln dafür sorgt, dass ästhetisch bedingte Milieu-Zugehörigkeit für alle Beteiligten der breiten Masse möglich geworden ist. Auch in „Tristesse Royale“ wird das Thema der „privilegierten Herkunft“ angesprochen:

Eckhard Nickel Ich fürchte, Alexander [v. Schönburg], du siehst die Welt durch das strukturierte Milchglas deiner privilegierten Herkunft. Da für die meisten Menschen diese Leute nur virtuell, also durch ihr Werk und im Fernsehen am Leben sind, macht es für sie keinen Unterschied, wer am Leben ist und wer nicht.“ (S. 62)

⁶⁷⁷ Brockhaus Enzyklopädie, Sci-Sq (1993).

Das gleiche Phänomen wird im „Gabler Wirtschaftslexikon“ mit dem Begriff „externer Konsumeffekt“ umschrieben. A-E, 13. Auflage (1992).

Auf ein extern bedingtes Konsumverhalten wiederum ist weiter oben bereits hingewiesen worden.

⁶⁷⁸ Vgl. Dazu Renate Hörisch-Herigrath, „Reflexionssnobismus“, 1980: „Zumindest unbewußt geht der bürgerliche Snob von der politischen, ökonomischen und vor allem kulturell tonangebenden Stellung des Adels aus und ermöglicht durch seine Projektion den Fortbestand der relativen Trennung beider gesellschaftlicher Gruppen, die er als Einzelner gerade zu überwinden trachtet.“ (S. 32).

⁶⁷⁹ S.u. „Geschmacksurteile – ein Differenzierungsprinzip“.

⁶⁸⁰ Und zwar aus den besagten Gründen, dass die „breite Masse“ an sich zu gross, zu unstrukturiert ist und sehr verwischte Grenzen sowohl nach unten wie auch nach oben aufweist, was, wie weiter oben beschrieben, die Orientierungslosigkeit fördert, gegen die auf horizontaler Ebene, also das Milieu betreffend, umso mehr angegangen wird, z. B. mittels Alltagsästhetisierung und ihre Mechanismen der geschmacklich bedingten Werturteile.

⁶⁸¹ Gemeint sind die weiter oben beschriebenen finanziellen Möglichkeiten der Kreditkarten, die mit ihren Möglichkeiten des *Lebens auf Pump* massgeblich gewisse Lebensstile fördern:

Eckhard Nickel „Und trotzdem ist es unserer Generation möglich, dank den modernen Methoden der Geldinstitute sehr anständig zu leben. Tausendmal besser übrigens, als unsere Eltern in diesem Alter es konnten.“

Christian Kracht „Das liegt daran, dass wir hemmungslos über unsere Verhältnisse leben. Wir müssten im Grunde vielmehr Geld verdienen, um unseren Lebensstil rechtfertigen zu können.“ („Tristesse Royale“, S. 20)

Das Zitat ist im Zusammenhang mit der Diskussion um die „Neuen Berufe“ (Medienberufe) zu verstehen. Diese werden von den Pop-Autoren als Mitglieder derselben als „toll“ und „beschissen“ („Tristesse Royale“) zugleich charakterisiert. Der Masse aber wird unterstellt, dass sie aus Prestige-Gründen danach strebt, während die Pop-Autoren selber in ihrer Insider-Rolle darüber befinden.⁶⁸² Und genau darin liegt die implizierte Höherstellung (happy few) der Neuen Berufe und somit der betroffenen Personen (Pop-Autoren).

Eckhard Nickel Die Faszination für die Neuen Berufe kommt auch daher, daß der sich dahin Wünschende meint, er entkäme so dem etablierten Bild der übrigen Arbeitswelt; wie sie sich darstellt. Er glaubt, nun etwas vollkommen anderes zu tun als Beamte, Landwirte und Arbeiter am Fließband.

Alexander v. Schönburg Er wähnt sich beim Eintritt in die Oberklasse.

Christian Kracht Zum Teil stimmt das auch, weil diese Arbeitswelt hauptsächlich damit beschäftigt ist, sich selbst herzustellen.

Eckhard Nickel Die Abkehr von den klassischen Nutzberufen mit ihren bekannten Arbeitszeiten und den festgelegten Mittagspausen, dem Weihnachts- und Urlaubsgeld erscheint zuerst als Distinktion, als eine, im viktorianischen Sinne „Possibility to Excel in the Chain of Being“. („Tristesse Royale“, S. 52)

Die Mitglieder des „popliterarischen Quintetts“ aus dem Werk „Tristesse Royale“, wie auch die Pop-Literaten insgesamt, kennen sich in dieser Branche bestens aus, sind Teil⁶⁸³ davon und in Folge dessen können sie sich von der Notion „die meisten Menschen“ distanzieren. Dieses Distanzieren geht so weit, dass es auch das eigene Publikum betrifft. In diesem Punkt ist eine gewisse Konsequenz in der snobistischen Haltung nicht von der Hand zu weisen. Da die eigene Pop-Literatur ja ein Massenprodukt ist, muss das Publikum selbst die

⁶⁸² Dabei stellt sich notgedrungen die Frage, was die Pop-Autoren selber einmal dazu bewegt haben mag, dass sie sich für eine Tätigkeit bei den Medien entschieden haben. Es ist anzunehmen, dass dies aus genau den besagten Gründen geschehen ist, weswegen die Masse jetzt angeprangert wird, und dass auch hier wiederum das Prinzip der „happy few“ greift, nämlich, dass es, solange noch wenige bei den Medien arbeiteten, ganz schick war, jetzt aber, wo alle hin wollen, die Distanzierung davon wieder stattfinden muss.

⁶⁸³ Vgl. Baßler in: Sorg / Mettauer / Proß (Hg.) (2003), S. 164.: „Der Pop-Autor ist der *natural born Medienarbeiter* der Gegenwartskultur (Gerrit Bartels). Er ist immer schon Teil der Enzyklopädie, die er mit- und umschreibt. Er kennt keinen archimedischen Punkt außerhalb, von dem aus er operieren könnte.“

Masse sein, und von dieser als tatsächlichen Menge gilt es ja, sich grundsätzlich,⁶⁸⁴ oder um es mit von Benjamin von Stuckrad-Barres Worten zu formulieren, „kategorisch“ („Tristesse Royale“, S. 31) zu distanzieren:

Alexander v. Schönburg Pervers ist, daß wir letztendlich genau das Publikum bedienen werden, das wir verachten. Deshalb befinden wir uns in einem geschlossenen Kreislauf der Prostitution, der uns natürlich, wie dem Happy Hooker,⁶⁸⁵ sehr viel Spaß⁶⁸⁶ macht. Wir können uns gar nicht davor retten, uns von diesem Publikum zu trennen. Indem wir in der Publizistik arbeiten, bedienen wir genau dieses Publikum. Wenn ich zum Beispiel manchmal Etikettenchips schreibe, verrate ich Geheimcodes und gewisse geheim vereinbarte Regeln und veröffentliche sie in einer Zeitung. Das tue ich in einer bewussten Zerstörung dessen, was ich auch beklage. Niemand darf eigentlich wissen, welche Kneipe in Notting Hill die beste ist, aber im Moment, in dem ich es im Condé Nast Traveller⁶⁸⁷ schreibe, zerstöre ich diesen Ort. („Tristesse Royale“, S. 30)

In Bezug auf den Punkt „Trennung gesellschaftlicher Milieus, die er als einzelner gerade zu überwinden trachtet“ muss ergänzt werden, dass dies nur dann der Fall ist, wenn aus dem „happy few-Milieu“ aufgrund eines eben diesem Milieu ähnlichen geschmacklich bedingten Konsumverhaltens, eine grössere Gruppe geworden ist. Sobald dies der Fall ist, greift das Differenzierungsprinzip,⁶⁸⁸ und die Orientierung fängt von Neuem an.

Lebensstile sind also Ordnungsinstanzen für den alltäglichen Lebensvollzug und bieten Raster für Orientierung und Integration. Das für die alltägliche Umsetzung der Stilisierungspraxis erforderliche Material an signifikanten Zeichen bietet überwiegend, wenn auch nicht ausschließlich, die auf Hochdruck produzierende Kultur- und Freizeitindustrie. Folglich konfigurieren sich Lebensstilpraktiken vor allem um Konsummuster, Freizeitaktivitäten und Mediennutzungsmuster.⁶⁸⁹

In der Entscheidung, welche Konsumgüter, Freizeitaktivitäten und Medien genutzt werden, spielt der ästhetische Geschmack der Konsumenten eine Rolle. Zur Erinnerung: Dieser Geschmack wiederum ist von der Kultur- und Freizeitindustrie durch deren massiv getätigte Werbung mitgeformt. Zwischen Konsumenten-Geschmack und ästhetischem Produktangebot herrscht Wechselwirkung. Doch wie ist Geschmack überhaupt zu verstehen?

⁶⁸⁴ Spezifischere Distanzierungen betreffen die Vorgängergeneration („Generation Golf I“), wie weiter oben bereits dargelegt.

⁶⁸⁵ Anspielung auf „The Happy Hooker“ (1972), das von Xaviera Hollander geschriebene autobiografische Werk über ihr Leben als Edel-Prostituierte und später Bordell-Managerin in New York zur Zeit der Sexuellen Revolution.

⁶⁸⁶ Vgl. Schulze, „Die Erlebnisgesellschaft“ (1992).

⁶⁸⁷ „Condé Nast Traveller“ ist ein amerikanisches Reisemagazin.

⁶⁸⁸ S.u.: „Geschmacksurteile – ein Differenzierungsprinzip“

⁶⁸⁹ Eichmann (2000), S. 173.

2.4.3. Geschmack – eine Begriffsbestimmung

Im Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft wird „Geschmack“ kurz und knapp als „Vermögen zu ästhetischen Urteilen“⁶⁹⁰ umschrieben. In der Explikation heisst es dann weiter, dass Geschmack ein „kultivierbares Sensorium“ ist, das „auch an sozialem Verhalten Qualitäten wie Schönheit, Vollkommenheit oder Angemessenheit wahrzunehmen und von ihrem jeweiligen Gegenteil zu unterscheiden vermag.“⁶⁹¹ Die Begrifflichkeit von „Vollkommenheit“ als Element einer auf „Erhabenheit“ ausgerichteten Umschreibung von Geschmack, ist im Rahmen einer Behandlung von Texten der Pop-Literatur vernachlässigbar. „Schönheit“ und „Angemessenheit“ wiederum werden besser durch Notionen wie „alltags-ästhetische Akzeptanz“ oder „alltags-ästhetische Legitimität“ für die Geschmacks-Urteile in der Pop-Literatur ersetzt.

In der Ästhetik und Kunsttheorie bezeichnet der Geschmack⁶⁹² seit dem 17. Jahrhundert die subjektive Grundlage für ästhetische Werturteile. Gracián spricht in „El Discreto“ dem Geschmack objektive Urteilskraft zu. Und auch im englischen Sensualismus wird Geschmack Objektivität zugesprochen, sofern er das Wahre als Schönheit zu erkennen vermag. Bei Burke (1757) wird Geschmack dann als sinnliches Phänomen beschrieben, das allen Menschen gleichermassen gegeben ist, jedoch der Schulung durch den Verstand bedarf. Bei Kant (Kritik der Urteilskraft, 1790) schliesslich wird der subjektive Geschmack zur Quelle der Bestimmung des Schönen. Kant spricht jedoch den Geschmacksurteilen eine gleichsam paradoxe Struktur zu, da sie trotz ihrer Subjektivität allgemeine Geltung beanspruchen. Dieses Phänomen erklärt Kant mit dem universalen Prinzip des „Gemeinsinns“ und der regulativ erstrebten „Allgemeingültigkeit“, die subjektiv Empfundenes in ein intersubjektives Schönheitsempfinden zu transformieren vermögen. Einem ähnlich subjektiv begründeten, aber intersubjektiv nachvollziehbaren Geschmack ist die Pop-Literatur der 1990er Jahre verpflichtet. Ganz allgemein wird Geschmack im 20. Jahrhundert als soziologische Kategorie betrachtet. Bei Pierre Bourdieu⁶⁹³ beispielsweise ist Geschmack als Ausdruck jenes milieubedingten ästhetischen Distinktionsverfahrens zu verstehen. Durch geschmacksbedingte ästhetische Vorlieben werden die „feinen Unterschiede“ zwischen den Menschen und sozialen Gruppen in der Gesellschaft als solche differenziert.

⁶⁹⁰ Klaus Weimar / Friedhelm Solms in: „RLW“, Bd. I, S. 714-717.

⁶⁹¹ Ebd.

⁶⁹² Eine gute Übersicht über die Entwicklung des Geschmacksbegriffs von der Antike bis zur Gegenwart liefert Ute Frackowiak in: „Der gute Geschmack. Studien zur Entwicklung des Geschmacksbegriffs“ (1994).

⁶⁹³ Bourdieu (1982).

Im Rahmen dieses Distinktionsverfahrens muss dem Geschmack nicht zuletzt in Bezug auf den Konsum eine besondere Gewichtung zugesprochen werden. Geht Bourdieu in seiner Sozialstudie zur geschmacklich determinierten „gesellschaftlichen Urteilskraft“ noch von Kategorien wie Kunst und Kultur im Sinne einer E-Kultur aus, wird bei der Generation Golf, seinen ihren Figuren und in der Pop-Literatur das Konsumverhalten zur eigentlichen Kultur erklärt. Die Künstlerin Barbara Kruger hat diese Haltung in einer Arbeit aus dem Jahr 1987 auf den Punkt gebracht, deren Kernaussage in folgenden Worten steckt: „I shop, therefore I am“.⁶⁹⁴ Daten und Analysen zu den „Risiken“ einer solchen Lebenseinstellung, welche Identität aufgrund von Konsum(gütern) definiert, hat Günther Rosenberger in der bereits erwähnten sehr interessanten Studie geliefert.⁶⁹⁵ In diesem Werk geht es um die sozio-kulturelle Bedeutung des Konsums in der Wohlstandsgesellschaft. Zwar liegt der Kern der interdisziplinär ausgerichteten Analyse in den „Selbstschädigungsprozessen“ eines fehlgeleiteten Konsums, die Ausführungen zur „Konsumsozialisation“ zeigen jedoch auch für die vorliegende Arbeit sehr interessante Ansätze auf.

In Bezug auf die Problematik der Orientierungslosigkeit richtet Rosenberger den Focus auf zwei gesellschaftliche Entwicklungen:

Zum einen sind dies das anhaltende Wachstum digitaler Informationen in verschiedenen medialen Formen und die Zunahme ihrer Distributions- und Verarbeitungsmechanismen, was als Informationsflut und Wissensexplosion apostrophiert wird. Die andere Entwicklung wurde als voranschreitende Mediatisierung oder *Immaterialisierung von Wirklichkeitsbereichen* bezeichnet. Ergebnis ist die *virtual reality*, die immer mehr Erfahrungs- und Handlungsfelder symbolisch reproduziert, ja arrangiert, aber damit ihrer sinnlichen Dimensionen beraubt, ihre Unvollkommenheit und Unwägbarkeit technisch überwindet. Das Leben aus zweiter Hand wird überall vorangetrieben ...⁶⁹⁶

Die Informationsflut wird seitens der Pop-Autoren selber ebenfalls angesprochen und mit dem Begriff des „Ennui“⁶⁹⁷ („Tristesse Royale“, S. 33-39) in Verbindung gebracht.

Alexander v. Schönburg Die Langeweile ist der Hauptfeind unserer Generation, weil wir damit aufgewachsen sind, verwöhnt und von Reizen überflutet. („Tristesse Royale“, S. 33)

⁶⁹⁴ Barbara Kruger zitiert in: Jost Hermand, „Nach der Postmoderne. Ästhetik heute“ (2004), S. 106.

⁶⁹⁵ Rosenberger: „Risiken für Konsumkompetenz und Persönlichkeitsentwicklung in der Wohlstandsgesellschaft“ (2005).

⁶⁹⁶ Rosenberger (2005), S. 34.

⁶⁹⁷ Einen guten Überblick über die Thematik des „Ennui“ bietet Norbert Jonard in: „L’Ennui dans la littérature européenne. Des Origines à l’aube du XXe siècle“ (1998).

Was die zweite Komponente in Rosenbergers Aussage betrifft, so ist mit „virtual reality“ genau jene Zwitterform von Realität und Fiktion gemeint, welche in dieser Arbeit bereits eingehender unter dem Begriff der „Virtualität“ behandelt worden ist.⁶⁹⁸ Damit sind zwei Haupt-Prämissen determiniert, welche für die Problematik zeitgenössischer Identitätsgestaltung von Bedeutung sind. Eine dritte Komponente fehlt jedoch noch. Dabei geht es um die Paradoxie des Individuums im Bezug auf die Masse, sein Drang nach Zugehörigkeit und der gleichzeitige Drang nach Distinktion. In diesem Kontext muss nun der Begriff von Geschmack angesiedelt werden, ermöglicht er doch beide Komponenten des Paradoxons zu bedienen: Auf der einen Seite vereint er dort, wo gleicher Geschmack herrscht, und trennt gleichermassen dort, wo dies nicht der Fall ist.

Wie jede Geschmacksäußerung eint und trennt die ästhetische Einstellung gleichermaßen. Als Produkt einer bestimmten Klasse von Existenzbedingungen eint sie all jene, die aus denselben Bedingungen hervorgegangen sind, unterscheidet sie aber zugleich von allen anderen vermittle dessen, was sie wesentlich besitzen. Der Geschmack ist die Grundlage alles dessen, was man hat – Personen und Sachen –, wie dessen, was man für die anderen ist, dessen, womit man sich selbst einordnet und von den anderen eingeordnet wird.⁶⁹⁹

2.4.4. Geschmack – eine Frage von *Klasse*

Der gute Geschmack repräsentiert eben nicht [nur] individuelle Wertschätzung, bringt vielmehr das zum Ausdruck, was den rechten Umgang mit den richtigen Leuten ausmacht, ist also die Internalisierung der *Normen der betreffenden gehobenen Schicht*.⁷⁰⁰

In diesen Sätzen spricht Ben Bachmair zwar von einer „gehobenen Schicht“ und bewegt sich somit in der klassischen vertikalen Aufgliederung der Gesellschaft, welche für diese Arbeit zu Gunsten einer horizontal ausgerichteten sozialen Gliederung aufgegeben wird. Nichtsdestotrotz trifft der Kern der Aussage durchaus auf den Gegenstand zu: Geschmack haben bedeutet, die richtige Wahl zu treffen. In der Pop-Literatur wird die Differenzierung der Welt immer mit einer geschmacklich bedingten Stilfrage in Verbindung gebracht. Es geht um die *Hässlichkeit der Grossbankenlogos* („Tristesse Royale“), um die *Geschmacklosigkeit des Tragens von Mobiltelefonen am Gürtel* („Tristesse

⁶⁹⁸ S.o.: „Autorschaft“ und „Virtualität“

⁶⁹⁹ Bourdieu (1982), S. 104.

⁷⁰⁰ Bachmair (1996), S. 118.

Royale“) um *das im Dreieck gefaltete Ende der Toilettenpapierrolle* („Tristesse Royale“) und darum, *dass es darauf ankommt, nicht günstig, sondern schön einzukaufen* („Generation Golf I“). Es geht um ästhetisierte Dinge aus der alltäglichen Lebenswelt, oder um es aus kulturkritischerer Sicht zu sagen: um Oberflächlichkeiten. Geschmack in seiner Funktion von ästhetisch bedingter Aufwertung von Alltagsgegenständen wird eher einem Begriff wie „Camp“⁷⁰¹ gerecht.

Der Begriff von „Camp“⁷⁰² steht eng im Zusammenhang mit dem „Dandy“. Stand letzterer noch im Dienste eines Ästhetizismus (auf die Spitze getrieben von Oscar Wilde), bedeutet „Camp“ eine Art der Wahrnehmung von kulturellen Produkten aller Art (Film, Musik, Literatur, Graphik, Bekleidung, Make-up etc.). Der Begriff wird meist im Zusammenhang mit Kunst der Trivial- oder Populärkultur verwendet und impliziert die ästhetische Aufwertung der genannten Produkte. Ein weiterer Aspekt der im Zusammenhang mit der Pop-Literatur von Bedeutung ist, liegt im Charakter des Geheimtipps von „Camp“. Erklärt wird die Neigung zum Geheimtipp mit Einbezug einer allgemeinen Haltung von Pop, nämlich ein- bzw. auszuschliessen:

Joachim Bessing Aber warum sträuben wir uns gegen den Konsens? Es ist doch eigentlich schön, ein Teil von etwas zu sein.

Benjamin v. Stuckrad-Barre Pop basiert gleichzeitig auf dem Prinzip des Ausschiessens und des Konsens. Pop entsteht aus der Verschachtelung, aus dem Segmentieren und in einer Gegenbewegung, die dann wiederum vielen einleuchtet. („Tristesse Royale“, S. 27)

Zahlreiche Stellen aus den untersuchten Texten weisen darauf hin, dass besagte Produkte oder Haltungen nur solange „camp“ sind und somit einschliessende bzw. ausschliessende Fähigkeiten implizieren, bis sie von der Masse entdeckt werden.

Aber leider taugte das Handy nur eine kurze Zeit zur sozialen Differenzierung, schnell wurde es schichtenübergreifend zum obligatorischen Gebrauchsgegenstand. Wohin man kommt, sieht man nun Männer, die in S-Bahnen und Cafés sitzen, schnell ein paar Tasten drücken und ihre Mailbox abhören, ob nicht vielleicht doch wieder einmal jemand draufgesprochen hat. Das macht der Bauarbeiter wie der Telekom-Manager, der Fünfzehnjährige wie die Fünfzigjährige, und deshalb haben wir inzwischen beschlossen, daß es nichts mehr bedeutet, ein Handy zu haben. („Generation Golf“, S. 147)

⁷⁰¹ Susan Sontag: „Kunst und Antikunst: 24 literarische Analysen“ (2003), S. 322 ff.

⁷⁰² Vgl. Sontag (2003).

Bourdieu spricht in diesem Zusammenhang von einer „Dialektik von Anspruch auf Besonderheit und Trennung von diesem Anspruch“:

Weil die elitebildende [Insider] Kraft von kulturellem Besitz oder Konsum [...] unweigerlich sinkt, wenn die absolute Zahl derer steigt, die sich dies aneignen können, wären die entsprechenden Gewinne an Distinktion dem Verfall geweiht, wenn nicht das Produktionsfeld der Kulturgüter, das selber gelenkt wird durch die Dialektik von Anspruch auf Besonderheit und Trennung von diesem Anspruch, unaufhörlich neue Güter produzierte oder neue Arten, sich dieselben Güter anzueignen.⁷⁰³

In diesen Überlegungen sind einmal mehr die Bezüge zur Avantgarde zu finden, wenngleich jene natürlich durch eine andere⁷⁰⁴ ästhetische Motivation getrieben war.

Das Gespür für die richtige Investition – jener Drang, aus der Mode gekommene oder einfach an Geltung gesunkene Objekte und Praktiken zugunsten stets neuerer fallenzulassen, in einer Art avantgardistischer Flucht nach vorn, [ist] Inbegriff des Snobismus überhaupt.⁷⁰⁵

Dieses Gespür ist in erster Linie von einem milieuspezifischen Geschmack geleitet. Geschmack, in Bezug auf das in der Pop-Literatur beschriebene Milieu, wie weiter oben bereits erwähnt, als eng mit dem Konsum verknüpft, unterscheidet sich massgeblich von der „avantgardistischen Flucht nach vorn“, welche immer eine kunstästhetische Flucht und keine alltagsästhetische war. Dabei wird Konsum nicht bloss als „Käuferverhalten“⁷⁰⁶ gemäss der Marketinglehre verstanden, sondern um „aktives Tun“.⁷⁰⁷

Konsum soll dabei [als Persönlichkeitsentwicklung] synonym mit Konsumverhalten verwendet werden. [...] Konsum umfasst dann die konsumrelevante Informationssuche und Kaufvorbereitung, die Aspekte der Kaufsituation sowie alle Phasen und Formen der Produktnutzung [...]. Dabei geht es sowohl um beobachtbares Verhalten wie um dessen kognitive und emotionale Korrelate. Konsum ist somit aktives Tun, der Konsument ist handelnder Akteur: *Der Verbrauch ist ... keine passive Aufnahme und Aneignung ... Es soll ... darauf hingewiesen werden, daß im Verbrauch nicht nur hinsichtlich der Gegenstände, sondern auch in bezug auf die Kollektivität und die Welt ein aktives Verhältnis zum Ausdruck kommt, eine bestimmte systematische Aktivität und globale*

⁷⁰³ Bourdieu (1982), S. 362.

⁷⁰⁴ Anders in dem Sinn, dass die ästhetische Motivation bei der Avantgarde eine der E-Kunst verschriebene war, während sich ästhetisch im Fall der Pop-Literatur auf eine Alltagsästhetik wie weiter oben beschrieben bezieht.

⁷⁰⁵ Bourdieu (1982), S. 387.

⁷⁰⁶ Rosenberger (2005), S. 38.

⁷⁰⁷ Ebd.

*Fragestellung, auf welcher unser ganzes kulturelles System gründet (Baudrillard, 1991).*⁷⁰⁸

Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen und unter Einbezug des weiter oben erwähnten „Snob-Effektes“, wäre es wohl eher angebracht, im Falle der Pop-Literatur von einer *snobistischen Flucht nach vorn* zu reden, und grundsätzlich in Bezug auf die untersuchten Texte die Begrifflichkeiten rund um „Avantgarde“ mit „Snobismus“ einzutauschen. Dabei ist auch „Snobismus“ in seiner Grundbedeutung nicht vollkommen adäquat für das gemeinte Verhalten der Generation Golf, zumal Snobismus, wie er in seinen Anfängen⁷⁰⁹ verstanden wurde, eine „hierarchisch strukturierte Gesellschaft“ voraussetzt. Eine solche ist nun per definitionem vertikal gegliedert. Wie jedoch weiter oben bereits erwähnt, verläuft die Hauptstruktur in den aktuellen gesellschaftlichen Untergliederungen, die somit sowohl die Generation Golf wie auch die entsprechende Pop-Literatur betreffen, horizontal. Dennoch von Snobismus im Zusammenhang mit der Pop-Literatur der 1990er Jahre und der entsprechenden Generation Golf zu sprechen, kann dadurch legitimiert werden, dass innerhalb der horizontal ausgerichteten Differenzierung der Gesellschaft, innerhalb der horizontal gleichwertigen Lebenswelten umso stärker vertikal unterschieden wird. Ersichtlich sind diese Unterscheidungen in den massiven Werturteilen⁷¹⁰ (Ein- bzw. Ausschiessen) über Personen und Personengruppen sowie deren zugehörigem Geschmack und entsprechendem Habitus. Auch die Pop-Autoren selber nehmen diesbezüglich eine ganz klare Stellung ein, indem sie sich als deutlich über der Masse stehend betrachten und somit hierarchisch als überlegen ansehen, wenn sie sich beispielsweise als „Götter“, genauer als „Stilgötter“ („Tristesse Royale“, S. 81) bezeichnen, von oben (Hotel Adlon) herab auf „die modernen jungen Menschen dort unten“ (S. 50) verweisen, die Distanzlosigkeit der Lehrer-Schüler-Beziehung kritisieren („Tristesse Royale“) und so implizit die Hierarchie befürworten.

In der Orientierungslosigkeit⁷¹¹ der Zeit wird Wertekonservatismus angestrebt, ohne jedoch dabei auf die Möglichkeiten des Konsums zu verzichten.

Benjamin von Stuckrad-Barre Ich bin wertkonservativer Popkonsument. („Tristesse Royale“, S. 35)

⁷⁰⁸ Rosenberger (2005), S. 39.

⁷⁰⁹ Frühes 20. Jahrhundert, beispielhaft in Marcel Prousts „A la recherche du temps perdu“ demonstriert. Vgl. dazu: Renate Hörisch-Hellgrath: „Reflexionssnobismus. Zur Soziologie des Snob und des Ästhetischen in Marcel Prousts *A la recherche du temps perdu*“ (1980).

⁷¹⁰ S.o.: Rhetorik-Analyse, Teil I.

Z. B.: „Und die solchermaßen schlimmst eingekleideten, stinkenden Menschen [...]“, Joachim Bessing, „Tristesse Royale“, S. 28.

⁷¹¹ Sowohl von den Soziologen wie auch von den Pop-Autoren selber als solche an zahlreichen Stellen belegt.

Der Konsum ist, zumindest die Generation Golf betreffend, ein zwar problematischer, aber durchaus positiv besetzter Begriff. Die Problematik liegt dabei weniger im Finanziellen,⁷¹² vielmehr handelt es sich um eine Problematik der Wahl:

Joachim Bessing Es geht nun also um den Kreislauf des Geldes, der keiner mehr ist. Es ist offenbar zur Praxis der Menschen unserer Generation geworden, nur mehr virtuelles Geld auszugeben. Geld, für das sie keinen Gegenwert mehr besitzen. Es geht um das Phänomen ihres ständigen Überziehens der Konten, ihres Nicht-Bezahlens oder in Raten Bezahlens, und ihres gleichzeitig immer weiter aufsteigendes Lebensstils, trotz der tatsächlichen Armut.

Benjamin v. Stuckrad-Barre Was die Statussymbole dieses Lebensstils angeht, so wird in wenige ausgesuchte Dinge sehr hoch investiert, und andere Dinge, die noch vor zehn oder zwanzig Jahren essentiell waren, zum Beispiel Sofagarnitur, Autos und Schrankwände, fallen völlig weg.

Joachim Bessing Der Inhalt des Kleiderschranks kann schon einmal vierzigtausend Mark Wiederverkaufswert haben, dafür ist der Rest der Wohnung nahezu leer, und in der sogenannten Küche gibt es keinen Herd. Diese Wohnungen markieren lediglich Durchgangsstadien. Positionen auf dem Weg hin zum endgültigen Bild. Ein Symbol für das Nicht-Erreichen dieses Bildes sind dort die ungefaßten Glühbirnen, die von der Decke baumeln. („Tristesse Royale“, S. 19-20)

In diesen Aussagen wird ersichtlich, dass nicht die finanziellen Mittel als existentiell betrachtet werden, da sie (wenn auch nur virtuell aber immerhin) vorhanden sind, sondern die „richtige“ Wahl zu treffen, dadurch über die „richtigen“ Symbole eines einem bestimmten Milieu entsprechenden Lebensstils zu verfügen, und somit den richtigen Habitus an den Tag zu legen. In dieser Herausforderung (Qual der Wahl) sieht Rausch die Hauptproblematik von zeitgenössischer Identitätsbildung.

Auf dem gesellschaftlichen Hintergrund zunehmender normativer Freisetzung (Keupp 1986) und gleichzeitiger technologischer Hochentwicklung erfordert Identitätsgestaltung heute vom Subjekt vor allem einen reflektierten Umgang mit zunehmenden Wahlmöglichkeiten in vielen Bereichen: niemand kann sich der persönlichen Auseinandersetzung mit eigenen und fremden Erwartungen, Wertvorstellungen und dem

⁷¹² Vgl. "Der Kreislauf des Geldes" in: „Tristesse Royale.“

Zwang zur eigenständigen Regel-Erfindung fürs individuelle Zeit- und Beziehungsmanagement auf Dauer entziehen.⁷¹³

Wie gesagt, ein Mensch kann über noch so viele objektiv-wertvolle Konsumgüter verfügen und somit materielle Potenz vermitteln, solange es sich dabei nicht um die gruppen-spezifischen Referenz-Objekte handelt, sind sie irrelevant, wenn nicht gar kontraproduktiv für die Image-Bildung und damit für den Lebensstil. Die Problematik des Konsums liegt also vielmehr in seinen schier grenzenlosen Möglichkeiten.

Im Zuge solcher Veränderungen (Qual der Wahl) wandelt sich das Konsumverhalten. Innerhalb der ökonomischen Semantik mißt der Mensch das, was er kauft und konsumiert an dem Gebrauchswert, er orientiert sich am Kosten- / Nutzen-Verhältnis. Sein Konsumverhalten ist also außenorientiert. Innerhalb einer psychophysischen Semantik mißt der Mensch das, was er konsumiert, an dem Erlebniswert. Es ist für ihn entscheidend, wie er sich fühlt, wenn er etwas kauft und konsumiert. Sein Konsumverhalten ist innenorientiert.⁷¹⁴

Auch Schulze verweist auf den „innenorientierten Konsumenten“ und bringt ihn spöttisch direkt in Verbindung mit dem Streben nach Erlebnis:⁷¹⁵

Der innenorientierte Konsument sucht eine Brille, mit der er sich schön fühlt, ein Auto, das ihn fasziniert, eine Mehlsorte, mit der er was erleben kann: Erlebnismehl.⁷¹⁶

Dieser Erlebniswert beschreibt Schulze in seinem Aufsatz zu Alltagsästhetik und Lebenssituation als „spezifisch moderne Verschiebung der existentiellen Problemperspektive vom *Überleben* aufs *Erleben*.“⁷¹⁷ Eng mit dem Begriff der „Erlebnisgesellschaft“ gekoppelt ist die Frage nach Alltagsästhetisierung und deren Zusammenhang mit identitätsbildenden Strukturen mit Hilfe von Polarisierungen zwischen „Insidern“ und „Outsidern“:

Ästhetisierung als soziales Distinktionsmerkmal; dies ist ein Phänomen, das keineswegs neu ist, sondern auf eine lange Tradition verweist; dabei ist die normative Vorstellung darüber, was als schön oder häßlich eingeschätzt wird, in der Regel an die soziale Stellung dessen gekoppelt, der einer Stilrichtung dieses Prädikat verliehen hat. Diese

⁷¹³ Rose-Yvonne Rausch: „Identität – ein Gestaltungsexperiment. Vorschläge aus der ästhetischen Bildung für eine zeitgemäße individuelle Orientierung“ (1999), S. 8.

⁷¹⁴ Schneider in: Rupp (1998), S. 146.

⁷¹⁵ Vgl. Schulze: „Die Erlebnisgesellschaft“ (1992).

⁷¹⁶ Schulze in: Eichmann (2000), S. 5.

⁷¹⁷ Schulze in: Soeffner (1988), S. 73.

Koppelung von sozialer Stellung und ästhetischem Geschmacksurteil bleibt bestehen, verliert aber an Bedeutung.⁷¹⁸

2.4.5. Geschmacksurteile – ein Differenzierungsprinzip

Im Zusammenhang mit der Frage nach Identitäts- oder Gruppenbildung tauchen immer wieder Begriffe wie Distinktion, Abgrenzung, Ausschliessen und Differenzieren auf. Auch in der Pop-Literatur werden diese Begriffe thematisiert und sind sowohl strukturbildend (im Falle der Rhetorik) wie auch inhaltlich massgeblich, wie beispielsweise aus der „Lebensmaxime“ der Generation Golf ersichtlich wird:

Denn die Abgrenzung gegen die Vorgängergeneration mit ihrer Moralthoheit war für uns früh eine entscheidende Lebensmaxime. („Generation Golf I“, S. 177)

Tatsächlich zielen die meisten der zahlreichen Werturteile, auf Geschmacksurteilen⁷¹⁹ basierend, dahin, sich nicht etwa von der Elterngeneration, wie allgemein in der Soziologie als bekanntes Phänomen dokumentiert, zu differenzieren, sondern von der Vorgängergeneration. In dieser Tendenz wird einmal mehr die flächendeckende Verdichtung und Beschleunigung in der Postmoderne ersichtlich, welche dafür sorgt, dass die Abstände zwischen jenen Einheiten, die bis dahin als Generation verstanden wurden, reduziert werden, sodass bereits der fünf Jahre ältere Bruder als Mitglied einer anderen Generation definiert wird.

⁷¹⁸ Schneider in: Rupp (1998), S. 155.

⁷¹⁹ Auch wenn es vermessen wäre, Kants Geschmacksurteile aus der „Kritik der Urteilkraft“ als theoretische Referenz hinzuzuziehen, sei im Folgenden auf gewisse Analogien hingewiesen. Die kantianische Geschmack-Definition ist dahingehend interessant für die vorliegende Arbeit, weil sie Elemente impliziert, die zwar vor einem anderen (nämlich philosophisch logischen) Hintergrund entstanden und ausgelegt sind, jedoch stellenweise, und unter Ausblendung der philosophischen Schwerpunkte, erwähnenswerte Parallelen zu den Geschmacksurteilen aufweisen. Vgl. dazu Christian Helmut Wenzel: Das Problem der subjektiven Allgemeingültigkeit des Geschmacksurteils bei Kant (2000), sowie Goerg Kohler, „Geschmacksurteil und ästhetische Erfahrung. Beiträge zur Auslegung von Kants *Kritik der ästhetischen Urteilkraft*“ (1980). Zudem sind die Bezüge deshalb von Interesse, da Bourdieus Arbeit „Die feinen Unterschiede“ (Übersetzung Schwibs / Russer) mit ihrem explizit auf Kant verweisenden Untertitel „Kritik der gesellschaftlichen Urteilkraft“ ganz die Ansätze von Kant berücksichtigt und Bourdieu wiederum bei Hölscher und Eichmann mit ihren soziologischen Theorien zu den Lebensstilen aufgegriffen wird. Somit sind die Verweise auf Kant als ursprüngliche Ansätze zu verstehen, welche heute, im Rahmen der wahrnehmungsbedingten Änderungen unserer Realität, (wieder) zum Tragen kommen.

Der Lebensstil der Generation Golf, als Summe aller ästhetisch begründeten Entscheidungen und somit als Folge eines bestimmten Habitus betrachtet, ist nichts anderes als eine „symbolische Auseinandersetzung, die um die Durchsetzung des legitimen Lebensstils geführt [wird]“ und im Dienste der bewussten oder unbewussten Distinktion steht:

Demzufolge stellt der Raum der Lebensstile, d. h. das Universum der Eigenschaften, anhand deren sich – mit oder ohne Wille zur Distinktion – die Inhaber der verschiedenen Positionen im sozialen Raum unterscheiden, nichts anderes dar als eine zu einem bestimmten Zeitpunkt erstellte Bilanz der symbolischen Auseinandersetzungen, die um die Durchsetzung des legitimen Lebensstils geführt werden und ihre exemplarische Verwirklichung in den Kämpfen um das Monopol über Embleme von *Klasse* – Luxusgüter, legitime Kulturgüter und deren legitime Aneignungsweise – finden.⁷²⁰

Dabei geht es in Bezug auf die symbolische Auseinandersetzung ausschliesslich um „Selbstdarstellung und Repräsentation“.⁷²¹ Diese beiden Komponenten sind ohne ästhetische Bewertungen nicht denkbar, werden vom Geschmack begründet und hängen somit im Umkehrschluss eng mit einem bestimmten Milieu und dessen ästhetischen Codes zusammen. Vor diesem Hintergrund drängt sich die These auf, dass der Habitus bei der Generation Golf nicht primär im Dienste einer sozialen Positionierung steht, sondern nur um seiner selbst willen, und dies in ausgeprägtem Masse, praktiziert wird. Bestes Beispiel dafür dürfte im snobistischen Charakter der Distinktion liegen, der dafür sorgt, dass Objekte in einem ersten Prozess einer Übereinkunft von Wenigen über die geschmacklichen Qualitäten desselben zum Kultobjekt stilisiert wird, das, sobald die Masse es in diesem Sinne rezipiert, seinen Wert verliert.⁷²²

Die Not, als *Movens* zum Habitus,⁷²³ liegt dabei im Distinktions-Imperativ, der sowohl die Zugehörigkeit zu einer Gruppe (Insider) wie auch die Distanzierung von allen anderen Gruppen (Outsider) anvisiert. Dass dabei weder Lebenswelt- noch Milieugestaltung intendiert werden, liegt daran, dass sowohl Lebenswelt wie auch Milieu den besagten Habitus ermöglichen und somit nicht dem Wunsch nach Verbesserung unterliegen. Wie weiter oben bereits entwickelt, spielen sich die Differenzierungen weniger auf vertikaler als vielmehr auf horizontaler Ebene ab. Die eigentliche Vertikalisierung ist nur im Falle der Extremen von Interesse, nämlich wenn es die extrem Reichen oder extrem Armen

⁷²⁰ Bourdieu (1982), S. 389

⁷²¹ Gemäss Bourdieu (1982), S. 298 ff, ist diese Präferenz in erheblichem Mass bei Freiberuflern zu finden, also auch bei Autoren und Journalisten.

⁷²² S.o.: „Snob-Effekt“.

⁷²³ Vgl. Bourdieu (1982), S. 585.

betrifft. Alle anderen, traditionell unter dem Begriff der Mittelklasse⁷²⁴ vereint, unterscheiden sich in Bezug auf ihre Lebenswelten und Milieus schlussendlich nur noch aufgrund geschmacklicher Neigungen und deren Auswirkungen auf Kaufentscheidungen und Lebenseinstellungen.

Dabei unterliegen Geschmacksurteile dem Prinzip „von Lust und Unlust“ und sind somit „radikal vom Erkenntnisurteil zu unterscheiden“:

Durch diesen für das Geschmacksurteil wesentlichen Bezug auf das Gefühl der Lust und Unlust kann der Bestimmungsgrund des Geschmacksurteils *nicht anders als subjektiv sein* (Kant), womit das Geschmacksurteil radikal vom Erkenntnisurteil unterschieden ist.⁷²⁵

Wenn nun jedoch ein Geschmacksurteil nicht anders als subjektiv sein kann, wie kommt es dann zur intersubjektiven Stilisierung von Alltagsgegenständen, wie es in der Gegenwart im Allgemeinen und in der Pop-Literatur im Besonderen der Fall ist? Die Antwort dazu liefern die Pop-Autoren selber:

Alexander v. Schönburg Wenn Milchgesichter dreißig junge Menschen abschlachten, dann sind wir fünf schuld daran, weil wir es versäumen, unserer Generation Werte zu geben. Obwohl wir denkende Menschen sind und Stilgötter.

Christian Kracht Alexander von Schönburg hat nicht recht. Wir vermitteln andauernd Werte.

Eckhard Nickel Ich persönlich bin ein Werte-Vademecum. („Tristesse Royale“, S. 81)

In eben dieser Funktion des Werte-Vermittlers kommt dem grundsätzlich subjektiven Geschmack eines Pop-Autoren eine Autorität-bedingte „Allgemeingültigkeit“ zu.

⁷²⁴ Quer durch alle Medien wird in einer insistierenden Regelmässigkeit auf die immer grösser werdende soziale Schere zwischen Arm und Reich verwiesen. Dabei wird übersehen, dass die bis zur Horizontalisierung der Gesellschaft herrschende „Mittelklasse“ ebenfalls immer grösser wird, da an ihren Rändern zu Arm und Reich die Grenzen nach unten bzw. nach oben verschoben werden. Dabei ist zu beachten, dass die so entstandene „breite Masse“ sich gemäss dem allgemeinen sozialen „Fahrstuhleffekt“ (Beck 1986) insgesamt in ihrer finanziell bedingten Konsumkapazität nach oben bewegt hat und so in Bezug auf die traditionelle vertikale Differenzierung von Gesellschaft einer „gehobeneren Mittelklasse“ entspricht.

⁷²⁵ Christian Helmut Wenzel: „Subjektive Allgemeingültigkeit des Geschmacksurteils bei Kant“ (2000), S. 73.

Die Allgemeingültigkeit beruht nicht etwa auf der Demoskopie – diese merkwürdige Wissenschaft ist eine Errungenschaft unserer Zeit –, sondern darauf, daß ein Urteil, das vom Geschmack des Einzelnen getroffen und nicht rational von Begriffen deduziert wird, so gestaltet sein kann, daß es auf allgemeine Akzeptanz stößt.⁷²⁶

Und mit „allgemeiner Akzeptanz“ kann im ganz klaren Gegensatz zum apriorisch argumentierten Geschmacksurteil bei Kant, der mit „Allgemeingültigkeit“ eine auf alle Menschen von Grund auf gleichermassen bezogene Grösse meint, im Falle der Pop-Literatur natürlich bloss die kleine „Allgemeinheit“ der Insider-Gruppe gemeint sein. Die Allgemeinheit in diesem Sinne wird durch den vereinenden Charakter von Geschmack gewährleistet, ist somit ein soziales Phänomen und kein philosophisches. „Der Geschmack paart die Dinge und Menschen, die zueinander passen, die aufeinander abgestimmt sind, und macht sie einander verwandt“,⁷²⁷ heisst es bei Bourdieu. An anderer Stelle macht er auf den reziproken Charakter von Geschmack und Gemeinschaft aufmerksam:

Der Geschmack vereint: Er fügt Farben zusammen so gut wie Personen, die ein harmonisches Paar bilden, und das nicht zuletzt im Hinblick auf ihre Geschmacksrichtungen.⁷²⁸

Oder anders gesagt: Geschmack ist sowohl Movens wie auch Motor für Individuen, sich zu einer Gemeinschaft zusammen zu tun. „Menschen, die unserem Geschmack entsprechen, folgen in ihrem Handeln demselben Geschmack, mit dem wir ihr Handeln aufnehmen.“⁷²⁹ In dieser Reziprozität liegt der Ansatz einer Erklärung dafür, dass der subjektive Geschmack für eine ganze Gruppe allgemeingültig wird, vorausgesetzt jedoch, der Geschmack als gruppenkonforme Potenz wird von der richtigen Person als solches definiert. Als Beispiele dafür sind auch die Pop-Autoren zu betrachten, und zwar nicht weil sie Autoren sind, welche wichtige Erkenntnisse über die Welt und deren Zusammenhänge in ihren Werken liefern, sondern weil sie medial präsent sind. Insgesamt stammen ja die anerkannten Autoritäten aus den Medien, in erster Linie aus dem TV.⁷³⁰ Das Fernsehen ist, abgesehen von der Werbung und den damit zusammenhängenden Mechanismen der gruppenspezifischen Zuordnungen,⁷³¹ in

⁷²⁶ Frackowiak (1994), S. 219.

⁷²⁷ Bourdieu (1982), S. 374.

⁷²⁸ Ebd., S. 375.

⁷²⁹ Ebd., S. 377.

⁷³⁰ S.o.: Teil I, Rhetorik-Analyse, Kapitel „Autoritäts-Argumentation“.

⁷³¹ Bourdieu (1982), S. 364: „Bekanntlich profitiert die Werbung systematisch davon, dass ein bestimmtes Produkt assoziativ mit einer sozialen Gruppe in Zusammenhang gebracht wird.“ Bourdieu macht diese Aussage zwar im Zusammenhang mit der Werbung für Luxusgüter, die Mechanismen der Werbung sind jedoch auch und gerade in Bezug auf die Pop-Literatur und ihren Alltagsästhetisierungen auf die Konsumgüter übertragbar, geht es doch schlussendlich um ein

seiner Macht zur Umwandlung von privaten Personen in öffentliche Figuren⁷³² zu einem Sozialisierungs-Instrument geworden. Durch die mediale Interpretation dieser privaten Personen, die sie ursprünglich mal waren, werden Prominente zu gruppenspezifisch stilbildenden und wertevermittelnden Figuren, deren Geschmack für die entsprechende Zielgruppe zum Geschmack mit potentieller Allgemeingültigkeit mutiert. In dieser Funktion sind sie zu betrachten als „Autoritätsinstanz, welche die bestehenden Dispositionen rechtfertigt und verstärkt, indem es ihnen einen kollektiv anerkannten Ausdruck verleiht“,⁷³³ wobei der „kollektiv anerkannte Ausdruck“ bereits darin liegt, dass sie von einem bestimmten Kollektiv als „Autoritätsinstanz“ angesehen werden.

2.5. Fazit

In Anbetracht all dieser Ausführungen kann zusammenfassend festgehalten werden, dass *Geschmack haben* und *Geschmack definieren* in Interdependenz zu einander stehen. Dabei ist Geschmack stets als subjektives sinnliches Empfinden betrachtet, das darauf aus ist, im Dienste der sozialen Orientierung ästhetische Urteile zu fällen. Diese Urteile entscheiden über Ein- bzw. Ausschlüsse, in bzw. aus sozialen Gruppen und werden im Falle des Einschlusses in ihrem gruppenbildenden Charakter intersubjektiv. In diesem Sinne sind sie als soziale Codes zu verstehen und als solche als Teil einer gruppenspezifischen Kommunikation. Diese steht ganz im Dienste der Orientierung in der unübersichtlich gewordenen Horizontalisierung von gesellschaftlichen Gruppen.

Wer Konsum nicht als Kommunikation begreift, den widert natürlich die endlose Abfolge der Designerlabels an.⁷³⁴

Auch im Zusammenhang mit dem Begriff des Konsums sticht die Komponente der Kommunikation in mehrfacher Weise hervor. Konsum muss im Falle der Generation Golf als „Konsumerlebnis“⁷³⁵ verstanden werden und somit als Art

bestimmtes Konsumverhalten, und dies sowohl beim Kauf von alltäglichen Dingen (Pop) wie auch beim Erwerb von ökonomisch höher bewerteten Kunstgegenständen (avantgardistisch).

⁷³² Symptomatisch dafür der Fall Daniel Küblböck, der im Jahr 2003, im Alter von 19 Jahren und einer eher substanzlosen Blitz-Karriere, bei der ZDF-Wahl „Deutschlands Beste“ auf dem sagenhaften Platz 16 landete, noch vor Heinrich Heine, Hermann Hesse oder Richard von Weizsäcker.

⁷³³ Bourdieu (1982), S. 364.

⁷³⁴ Tobias Rüther in: „Monopol“, Nr. 3 (2004), S. 38.

Der Herausgeber der Zeitschrift ist niemand geringerer als der Pop-Autor Florian Illies („Generation Golf I“ und „II“, „Anleitung zum Unglücklichsein“).

⁷³⁵ Wie in den Zusammenhängen dargelegt. Vgl. Schulze (2000) und Rosenberger (2005).

der Sozialisation mit ihrer entsprechenden Kommunikation. Über die Bedeutung von Konsum als Tätigkeit der reinen materiellen Anschaffung muss „Konsumerlebnis“ ganz generell als eine von den vielen möglichen Erfahrungen verstanden werden, und zwar im folgenden Sinn:

[Als] Erfahrungen [...], die im Kontakt mit Mitgliedsgruppen und aus der Orientierung an Bezugsgruppen erwachsen. Dabei handelt es sich um Ergebnisse sozialer Interaktion und Kommunikation, die anderen, nichtkommerziellen Absichten und Beeinflussungsversuchen dienen, aber oft im Konsumkontext von Belang sind. Schließlich müssen auch die kommunikativen Beziehungen zwischen den Produkten als Bedeutungsträger, insbesondere Marken, und ihren Nutzern gesehen werden, beispielsweise in ihrer Funktion für symbolisches Konsumverhalten und ästhetisches Wahrnehmen.⁷³⁶

Sowohl Gerhard Schulze wie auch andere kulturkritische Verfasser von Sozialstudien weisen immer wieder auf die Einfachheit, wenn nicht gar Oberflächlichkeit, des Konsumverhaltens der Gesellschaft allgemein und der Generation Golf im Besonderen hin und vernachlässigen dabei den kommunikativen Charakter, der diesem Verhalten innewohnt. Wenn Konsum nämlich als Teil einer gruppenspezifischen Kommunikation betrachtet wird, erfordert er für seine Analyse ein ganz anderes Instrumentarium als von den besagten Wissenschaftlern benutzt:

Denn das popkulturelle Konglomerat gibt sich häufig komplexer [,] als es den Analysten und Konsumenten lieb ist. So gehen in der Popkultur Genres ineinander über, spielen ebenso mit fließenden Grenzen wie Künstler ihr Image wechseln. Der Pop beruft sich aber trotz dieser stetigen Veränderungen immer auf seine Codes (Kleidung, Slogans etc.) und bedient sich der Ikonisierung⁷³⁷ zur Orientierung seiner Konsumenten.⁷³⁸

Dabei unterliegt diese „Ikonisierung“ dem Geschmacksurteil, der sowohl vereinendes wie auch trennendes Potenzial besitzt. Vereint wird nur, solange der Charakter der „happy few“ gewährleistet bleibt und der snobistische Kreis nicht gesprengt wird. Sobald dies der Fall ist, und dieser Fall tritt im zeitgenössischen ökonomischen Kontext immer ein, trennt der gleiche Geschmack, der eben noch die „happy few“ vereint hat, eben jene von der zur Masse gewordenen Anhängerschaft. Die Fähigkeit zum Erkennen dieses Zeitpunktes des

⁷³⁶ Rosenberger (2005), S. 54.

⁷³⁷ Gemeint ist die Stilisierung von Alltagsgegenständen zu Kultursymbolen, mittels derer die Distinktion zu andern Gruppierungen gewährleistet wird.

⁷³⁸ Jan Schimmang in: „Ästhetik und Kommunikation“: „Pars pro toto“, Nr. 136, 38. Jahrgang (2007), S. 49.

Umschlagens vom Kult- zum Massenobjekt⁷³⁹ wird mit dem Begriff von Pop umschrieben.

So ist die Repräsentation im Pop abhängig vom Gleichgewicht zwischen der Erkennbarkeit einer Aussage [Symbol] [...] auf der einen Seite und der Gefahr einer inflationären Reichweite [...] auf der anderen Seite.⁷⁴⁰

In diesem Sinne bedeutet Pop nicht nur ein- und ausschliessen, sondern auch die Fähigkeit zu erkennen, wann welches von beidem überhaupt nötig ist. Dieses Erkennen scheinen die Pop-Autoren als Mitglieder einer sowohl selbsternannten wie auch medial geförderten „happy few“ der Generation Golf sich durchaus zuzuschreiben, indem sie sich als „Informationselite“⁷⁴¹ sehen, die sich vom eigenen Publikum, dem „Unterhaltungsproletariat“, ⁷⁴² distanzieren muss.

⁷³⁹ Gleiches gilt für alle Elemente des Habitus, die da wären: Konsumgüter, Verhalten, Freizeitaktivitäten, Filme, Musik etc., wie weiter oben im Zusammenhang mit dem Begriff von „Habitus“ definiert.

⁷⁴⁰ Jan Schimmang in: „Ästhetik und Kommunikation“, Nr. 136, (2007), S. 50.

⁷⁴¹ Eichmann (2000).

⁷⁴² Ebd.

Schlusswort

Aber leider ist der Pop eine zwielichtige Gestalt, eine ambivalente Figur, ein Widerspruch in sich selbst. Er vereint nämlich auf groteske Art und Weise zwei extreme Gegensätze miteinander: Einerseits möchte Pop verbinden, ein (populäres) Gemeinschaftsgefühl generieren [...]. Andererseits geht es ihm dabei zugleich um eine vehemente Abgrenzung, um die Betonung der eigenen Identität und Kreditibilität der Szene.⁷⁴³

In diesem Zitat stecken die wichtigsten Punkte, die sich aus der Analyse ergeben haben: Pop will zugleich einen und trennen. Vor diesem Spannungsverhältnis betrachtet, erhält die ästhetisch bedingte Kern-Dichotomie von „in“ und „out“ eine zusätzliche Bedeutung: Auf den ersten Blick erscheint die Dichotomie einem deutlichen und expliziten Ein-, bzw. Ausgrenzungsmechanismus zu dienen. Bei genauerer Analyse jedoch erweist er sich als impliziter diffuser Versuch, die medial vorgetäuschten Realitäten zu überwinden, um wiederum in vermeintlich subjektiv kontrollierbaren Realitäten, auch diese jedoch medial kodeterminiert, jene Orientierung wieder zu erlangen, deren Verlust sowohl bedauert wie auch forciert wird. Das paradoxe Moment des Pop, zugleich einigen und trennen zu wollen, kann als symptomatisch für die Unschlüssigkeit einer Gesellschaft, oder besser einer Generation (Golf) betrachtet werden, welche es im postmodernen Sammelsurium von Möglichkeiten nicht schafft, nachhaltige Konsequenz in ihren Handlungen zu erreichen.

Diese Haltung, zwischen passiver Anpasstheit und kurzfristigen Eskapaden, um sich von der Masse zu lösen, widerspiegelt sich in eindeutiger Weise in den zahlreich belegten Text-Stellen. In einer emphatischen Sprache wird der Leser mittels verschiedenster rhetorischer Varianten sowohl semantisch wie auch semiotisch zum In- oder Outsider gemacht. Der Leser selber, als Teil, bzw. Nicht-Teil der dargestellten Pop-Welt, ist als Leser-Instanz lediglich das Endstück einer langen Reihe von Leser-Instanzen. Der Instanz des Pop-Autors ist nämlich, durch den ausgeprägt intertextuellen Charakter ihrer Texte, deren Quellen vom Beipackzettel eines Gebrauchsgegenstandes über geflügelte Worte und Parolen von medial präsenten Charakteren bis hin zum Welt-Klassiker der Literatur reichen, ein potenziertes Leser-Diskurs immanent, der eine Ausweitung der Text-Rezeption, gerade im Hinblick auf den Aspekt von Literatur als Kommunikation, erfordert.

⁷⁴³ Jan Schimmang in: „Ästhetik und Kommunikation“, Nr. 136, (2007).

Im Zusammenhang mit der Thematik der veränderten Wahrnehmung durch die Massenmedien, beginnt hier ein Feld, dessen Tragweite noch theoretisches Brachland ist. Um in dieser *tabula fast rasa* zu forschen, die Verknüpfungen zwischen vermeintlichen Realitäten und deren Darstellbarkeit herzustellen, sowie deren noch undefinierten Grenzen auszuloten, dafür bieten die untersuchten Texte der Pop-Literatur äusserst fruchtbaren Boden.

Bei allfälligen Fragen nach etwaiger Kanonisierung dieser Art von Literatur aufgrund von ästhetischen und literarischen Qualitäten stösst die aktuelle Textkritik an ihre, diesen Punkt betreffend, doch noch sehr prä-postmodernen Grenzen, da sie über ein Instrumentarium verfügt und Schwerpunkte setzt, die beide an der Pop-Literatur abprallen. Diese versteht sich mehr als ästhetische Kommunikation, und zwar sowohl als *Kommunikation über das Ästhetische* wie auch als *Kommunikation im Dienste der Ästhetik*,⁷⁴⁴ und verlässt somit das Feld der Literaturkritik. Vielmehr stellt sie in ihrer von Codes beherrschten kommunikativen Art und Weise ein weiteres optisch-mediales Element dar und vereint in sich einmal mehr das populäre Element (Massenmedien), mit dem Elitären (das Buch als Medium im Zeitalter der Massenmedien).

⁷⁴⁴ Mit Ästhetik ist hier natürlich, wie weiter oben ausgeführt, die Alltagsästhetik gemeint.

Literaturverzeichnis

Primärliteratur

Bessing, Joachim (Hg.): Tristesse Royale: Das Popkulturelle Quintett mit Bessing, Kracht, Nickel, von Schönburg, von Stuckrad-Barre, München 2001.

Diedrichsen, Diedrich: Sexbeat, Köln 2002.

Ellis, Breat Easton: American Psycho, 25. Auflage, Köln 2000.

Ebd.: Lunar Park, Köln 2007.

Hennig von Lange, Alexa: Relax, Hamburg 2002.

Hornby, Nick: High Fidelity, München 1999.

Huxley, Aldous: Schöne neue Welt, 56. Auflage, dt. Ausgabe, Frankfurt am Main 1998.

Illies, Florian: Anleitung zum Unschuldigsein, Frankfurt am Main 2002.

Ebd.: Generation Golf. Eine Inspektion, 3. Auflage, Frankfurt am Main 2001.

Ebd.: Generation Golf II, München 2003.

Kracht, Christian: Faserland, Köln 1997.

Stuckrad-Barre, Benjamin von: Festwertspeicher der Kontrollgesellschaft. Remix 2, 1. Auflage Köln 2004.

Ebd.: Livealbum, 2. Auflag Köln 1999.

Ebd., Remix: Texte 1996-1999, 4. Auflage, Köln 1999.

Ebd.: Soloalbum, Köln 1999.

Zaimoglu, Feridun: Abschaum. Die wahre Geschichte von Ertan Ongun, 4. Auflage, Hamburg 2000.

Sekundärliteratur

Adorno, Theodor W.: Ästhetische Theorie, 14. Auflage, Frankfurt am Main 1998.

Andreotti, Mario: Die Struktur der modernen Literatur: Neue Wege in der Textanalyse, 3. Auflage, Bern / Wien / Stuttgart, 2000.

Arnold, Heinz, Ludwig (Hg.): Text und Kritik. Pop-Literatur. Sonderband X/03, München 2003.

Aristoteles: Rhetorik, Übersetzt, mit einer Bibliographie, Erläuterungen und einem Nachwort von Franz G. Sieveke, München 1980.

Arnold, Heinz Ludwig / Detering, Heinrich (Hg.): Grundzüge der Literaturwissenschaft, 4. Auflage, München 2001.

Bachmair, Ben: Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder, Opladen 1996.

Ebd., in: Medien. Impulse, März 1996, „In der Abgrenzung zusammenfinden – die Rolle von Alltagsästhetik und Stilen in der postmodernen Lebenswelt“, www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/diverse/15bach.pdf.

Baltes, Martin / Boehler, Fritz / Höltschl, Rainer / Reuß Jürgen (Hg.): Marshal McLuhan. Das Medium ist die Botschaft – The Medium is the Message–, Dresden 2001.

Band, Henri: Mittelschichten und Massenkultur. Siegfried Krakauers publizistische Auseinandersetzung mit der populären Kultur und der Kultur der Mittelschichten in der Weimarer Republik, Berlin 1999.

Barthes, Roland: Die Sprache der Mode. Aus dem Französischen von Horst Brühmann, Frankfurt am Main 1985.

Ebd.: La Mort de l'Auteur. In: Essais Critiques IV, Le Bruissement de la Langue, S. 61-67, Paris 1984

Ebd.: Mythen des Alltags. Deutsch von Helmut Scheffel, Frankfurt am Main 1992.

Baßler, Moritz: Der deutsche Poproman: Die neuen Archivisten, München 2002.

Ebd.: Die Entdeckung der Textur: Unverständlichkeit in der Kurzprosa der emphatischen Moderne 1910 – 1916, Tübingen 1994.

Ebd.: Die Textualitäts-These. In: KulturPoetik 2 (2002), S. 102-105.

Ebd.: Sammeln und Generieren. Aktuelle Archivierungsverfahren in Pop-Literatur und Kulturwissenschaft. In: Sorg / Mettauert / Proß (Hg.): Zukunft der Literatur – Literatur der Zukunft. Gegenwartsliteratur und Literaturwissenschaft, München 2003.

Ebd.: Was blitzt und funkelt, in Reichtum und Fülle. Woran erkennt man einen Klassiker. Drei Thesen zum Umgang mit kanonischen Meistern. In: Literaturen 1/2 (2005), S. 9-16.

Beck, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Modern, Frankfurt am Main 1986.

Beck, Ulrich / Sopp, Peter (Hg.): Individualisierung und Integration. Neue Konfliktlinien und neuer Integrationsmodus?, Opladen 1997.

Behrens, Roger: Die Diktatur der Angepassten. Texte zur kritischen Theorie der Popkultur, Bielefeld 2003.

Ebd.: Pop, Kultur, Industrie. Zur Philosophie der populären Musik, Würzburg 1996.

Behrens, Roger / Büsser, Martin / Ullmaier, Johannes (Hg.): Testcard Nr. 7. Pop und Literatur, Mainz 2001.

Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit: Drei Studien zur Kunstsoziologie, Frankfurt am Main 1977.

Bentele, Günter / Brosius, Hans-Bernd / Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden 2003.

Berg, Wolfgang: Uneigentliches Sprechen. Zur Pragmatik und Semantik von Metapher, Metonymie, Ironie, Litotes und rhetorischer Frage, Tübingen 1978.

Besch, Elmar: Wiederholung und Variation. Untersuchung ihrer stilistischen Funktionen in der deutschen Gegenwartssprache, Frankfurt am Main 1989.

Böhme, Hartmut / Scherpe Klaus R. (Hg.): Literatur und Kulturwissenschaften. Positionen, Theorie, Modelle, Hamburg 1996.

Bohrer, Karl Heinz: Ästhetische Negativität, München 2002.

Ebd.: Das absolute Präsens. Die Semantik ästhetischer Zeit, Frankfurt am Main 1994.

Bonfadelli, Heinz: Medieninhaltsforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Konstanz 2002.

Ebd.: Medienwirkungsforschung II. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur, Konstanz 2000.

Bonz, Jochen (Hg.): Popkulturtheorie, Mainz 2002.

Bossinade, Johanna: Poststrukturalistische Literaturtheorie, Stuttgart 2000.

Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Suhrkamp, Übersetzung Bernd Schwibs / Achim Russer, Frankfurt am Main 1982.

Ebd.: Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Suhrkamp, Übersetzung Bernd Schwibs / Achim Russer, Frankfurt am Main 1999.

Ebd.: Flaubert. Einführung in die Sozioanalyse. In: Sprache im technischen Zeitalter, 102 (1987), S. 173-189.

Ebd.: Über das Fernsehen, Frankfurt am Main 1998.

Bourdieu, Pierre / Loïc, J. D. Wacquant: Reflexive Anthropologie, Übersetzung Hella Beister, Suhrkamp, Frankfurt am Main 2006.

Braun, Peter: Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache, Stuttgart 1979.

Brecht, Christoph: Die Textualitäts-These aus Sicht der Semiotik. In: TextPoetik 2 (2002), S. 108.

Breuer, Dieter: Einführung in die pragmatische Texttheorie, München 1974.

Breuer, Dieter / Schanze, Helmut: Topik. Beiträge zur Diskussion, München 1981.

Briegleb, Klaus / Weigel, Sigrid (Hg.): Gegenwartsliteratur seit 1968, München 1992.

Budick, Sanford / Iser, Wolfgang (Hg.): Languages of the unsayable. The play of negativity in literature and literary theory, California 1996.

Burdorf, Dieter: Einführung in die Gedichtanalyse, Stuttgart 1995.

Bürger, Peter: Vermittlung-Rezeption-Funktion. Ästhetische Theorie und Methodologie der Literaturwissenschaft, Frankfurt am Main 1979.

Ebd.: Ursprung des postmodernen Denkens, Weilerswist 2000.

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft, 4. Auflage, Wien 2002.

Büsser, Martin: Antipop, 2. Auflage, Mainz 2002.

Carstensen, Broder: Beim Wort genommen: Bemerkens-wertes in der deutschen Gegenwartssprache, Tübingen 1986.

Chvatík, Kvetoslav (Hg.): Jan Mukařovský. Kunst, Poetik, Semiotik, Frankfurt am Main 1989.

Clam, Jean: Was heißt, sich an Differenz statt an Identität orientieren? Zur De-ontologiesierung in Philosophie und Sozialgesellschaft, Konstanz 2002.

Cohn, Dorrit: Narratologische Kennzeichen der Fiktionalität. In: Sprachkunst 1. Halbband (1995), S. 105-112.

Critchley, Simon: Der Sound des Begehrens. In: Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft 48/1 (2003), S. 237-249.

Csáky, Moritz / Kury, Astrid / Tragatschnig, Ulrich (Hg.): Kultur - Identität - Differenz. Wien und Zentraleuropa in der Moderne, München, 2004.

Debatin, Bernhard: Die Rationalität der Metapher: Eine sprachphilosophische und kommunikationstheoretische Untersuchung, Berlin 1995.

Deterding, Heinrich (Hg.): Autorschaft. Positionen und Revisionen, Stuttgart 2002.

Dietrich, Stephan / Drügh, Heinz J.: Popliteratur, an ihren Rändern betrachtet. In: Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft 47/1 (2002), S. 95-121.

Dimpfl, Monika: Literarische Kommunikation und Gebrauchswert: Theoretische Entwürfe, Bonn 1981.

Dittmann, Jürgen / Kästner, Hannes / Schwitalla, Johannes: Erscheinungsformen der deutschen Sprache: Literatursprache, Alltagssprache, Gruppensprache, Fachsprache: Festschrift zum 60. Geburtstag von Hugo Steger, Berlin 1991.

Dörner, Andreas / Vogt, Ludgera: Literatursoziologie. Literatur, Gesellschaft, Politische Kultur, Opladen 1994.

Dröge, Franz / Müller, Michael: Die Macht der Schönheit: Avantgarde und Faschismus oder die Geburt der Massenkultur, Hamburg 1995.

Dubiel, Helmut: Kritische Theorie der Gesellschaft: Eine einführende Rekonstruktion von den Anfängen im Horkheimer-Kreis bis Habermas, 3. Auflage, München 2001.

Eco, Umberto: Apokalyptiker und Integrierte: Zur kritischen Kritik der Massenkultur, 2. Auflage, Frankfurt am Main 1984.

Eichhoff-Cyrus, Karin M. / Hoberg, Rudolf (Hg.): Duden: Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende: Sprachkultur oder Sprachverfall?, Wiesbaden 2000.

Eichmann, Hubert: Medienlebensstile zwischen Informationselite und Unterhaltungsproletariat. Wissensungleichheiten durch die differentielle Nutzung von Printmedien, Fernsehen, Computer und Internet, Frankfurt am Main 2000.

Eggs, Ekkehard: Die Rhetorik des Aristoteles. Ein Beitrag zur Theorie der Alltagsargumentation und zur Syntax von komplexen Sätzen (im Französischen), Frankfurt am Main 1984.

Engel, Manfred: Kulturwissenschaft/en – Literaturwissenschaft als Kulturwissenschaft – kulturgeschichtliche Literaturwissenschaft. In: KulturPoetik 1 (2001), S. 8-30.

Engelmann, Peter (Hg.): Postmoderne und Dekonstruktion: Texte französischer Philosophen der Gegenwart, Stuttgart 1999.

Ernst, Albert: Wechselwirkung. Textinhalt und typografische Gestaltung, Würzburg 2005.

Ernst, Thomas: Popliteratur, Hamburg 2001.

Faulstich, Werner (Hg.): Medien und Kultur. Beiträge zu einem interdisziplinären Symposium der Universität Lüneburg, Göttingen 1991.

Fischer, Ludwig / Jarchow, Klaas: Die soziale Logik der Felder und das Feld der Literatur. Einleitende Anmerkungen zum kultur-und literaturtheoretischen Ansatz Pierre Bourdieus. In: Sprache im technischen Zeitalter, 102 (1987), S. 164-172.

Fleischer, Michael: Die Wirklichkeit der Zeichen. Empirische Kultur- und Literaturwissenschaft, Bochum 1994.

Flusser, Vilém: Kommunikologie, 3. Auflage, Frankfurt am Main 2003.

Fohrmann, Jürgen / Kasten, Ingrid / Neuland, Eva: Autorität der / in Sprache, Literatur, Neuen Medien: Vorträge der Bonner Germanistentags 1997, Bd. 1 und 2, Bielefeld 1999.

Frackowiak, Ute: Der gute Geschmack. Studien zur Entwicklung des Geschmacksbegriffs, München 1994.

Freund, Wieland und Winfried (Hg.): Der deutsche Roman der Gegenwart, München 2001.

Fricke, Christel: Zeichenprozeß und ästhetische Erfahrung, München 2001.

Fricke, Harald: Gesetz und Freiheit. Eine Philosophie der Kunst, München 2000.

Ebd.: Norm und Abweichung. Eine Philosophie der Literatur, München 1981.

Fricke, Harald u.a. (Hg.): Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft. Neubearbeitung des Reallexikons der deutschen Literaturgeschichte, 3 Bände, Bd. 2, Berlin 2000.

Fricke, Harald / Zymner, Rüdiger: Einübung in die Literaturwissenschaft: Parodieren geht über Studieren, 3.Auflage, Paderborn 1996.

Früchtl, Josef: Ästhetische Erfahrung und moralisches Urteil. Eine Rehabilitierung, Frankfurt am Main 1996.

Gabler, Hans-Jürgen: Geschmack und Gesellschaft. Rhetorische und sozialgeschichtliche Aspekte der frühauflärerischen Geschmackskategorie, Frankfurt am Main 1982.

Genette, Gérard: Die Erzählung. 2. Auflage, München 1998.

Ebd.: Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches, Frankfurt am Main 2001.

Ebd.: Palimpseste. Die Literatur auf zweiter Stufe, Frankfurt 1993.

Goodman, Nelson: Sprache und Kunst. Entwurf einer Symboltheorie, Frankfurt am Main 1995.

Graf, Dietrich: Eingefleischte Metaphern: Die Vergesellschaftung des Individuums an der Nahtstelle von Sprache und Realität. Dissertation, München 1988.

Graebner, Holm: Die Textualitäts-These aus diskurshistorischer Sicht. In: TextPoetik 2 (2002), S. 110-111.

Grimm, Gunter (Hg.): Literatur und Leser. Theorien und Modelle zur Rezeption literarischer Werke, Stuttgart 1975.

Gross, Peter: Die Multioptionsgesellschaft, Frankfurt am Main 1994.

Groys, Boris: Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie. 2. Auflage, Frankfurt am Main 2002.

Grübel, Rainer: Michael M. Bachtin. Die Ästhetik des Wortes, Frankfurt am Main 1979.

Gumin, Heinz / Meier, Heinrich (Hg.): Einführung in den Konstruktivismus. 8. Auflage, München 2005.

Günthner, Susanne: Vorwurfsaktivitäten in der Alltagsinteraktion: Grammatische, prosodische, rhetorisch-stilistische und interaktive Verfahren bei der Konstitution kommunikativer Muster und Gattungen, Tübingen 2000.

Haas, Michael: Aspekte der Negation auf Satz- und Wortebene in der deutschen Gegenwartssprache: Mit kontrastiven Stichpunkten zum Italienischen. Dissertation, München 1996.

Habermas, Jürgen: Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns, Frankfurt am Main 1995.

Hahn, Heidi: Ästhetische Erfahrung als Vergewisserung menschlicher Existenz. Kunstbetrachtungen im Werk von Marie Luise Kaschnitz, Würzburg 2001.

Hanßon, Gerd: Studien zur grammatikalischen Topik: Die Dynamik elementargrammatischer Intensionen, dargestellt am Beispiel des Lokativ. In: *Ars Linguistica* 11, Tübingen 1982.

Hartung, Martin: Ironie in der Alltagssprache: Eine gesprächsanalytische Untersuchung, Opladen / Wiesbaden 1998.

Hauptmeier, Helmut / Schmidt, Siegfried J.: Einführung in die Empirische Literaturwissenschaft, Braunschweig 1985.

Haverkamp, Anselm: Metapher. Die Ästhetik in der Rhetorik, München 2007.

Heibert, Frank: Das Wortspiel als Stilmittel und seine Übersetzung. Am Beispiel von sieben Übersetzungen des „Ulisses“ von James Joyce, Tübingen 1993.

Henrich, Dieter / Iser, Wolfgang (Hg.): Funktionen des Fiktiven, München 1983.

Hentschel, Elke: Negation und Interrogation. Studien zur Universalität ihrer Funktion, Tübingen 1998.

Heringer, Hans Jürgen / Samson, Gunhild / Kauffmann, Michel / Bader, Wolfgang (Hg.): Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache, Tübingen 1994.

Hermund, Jost: Nach der Postmoderne. Ästhetik heute, Köln 2004.

Hoffmann, Michael / Keßler, Christine (Hg.): Beiträge zur Persuasionsforschung: Unter besonderer Berücksichtigung textlinguistischer und stilistischer Aspekte. In: *Sprache, System und Tätigkeit*, Bd. 26, Frankfurt am Main 1998.

Höller, Christian (Hg.): Pop unlimited? Imagetransfers in der aktuellen Popkultur, Wien 2001.

Hölscher, Barbara: Lebensstile durch Werbung? Zur Soziologie der Life-Style-Werbung, Opladen / Wiesbaden 1998.

Holl, Mirjam-Kerstin: Semantik und soziales Gedächtnis. Die Systemtheorie Niklas Luhmanns und die Gedächtnistheorie von Aleida und Jan Assmann, Würzburg 2003.

Holocher, Hermann: Anfänge der „New Rhetoric“, Tübingen 1996.

Honnef-Becker, Irmgard: „Ulrich lächelte“. Techniken der Relativierung in Robert Musils Roman „Der Mann ohne Eigenschaften“. In: Trierer Studien zur Literatur, Frankfurt am Main 1991.

Honneth, Axel / Joas, Hans (Hg.): Kommunikatives Handeln. Beiträge zur Jürgen Habermas' „Theorie des kommunikativen Handelns“. 3. Auflage, Frankfurt am Main 2002.

Hörisch-Hellgrath, Renate: Reflexionssnobismus. Zur Soziologie des Snob und des Ästhetischen in Marcel Prousts „A la recherche du temps perdu“, Frankfurt am Main 1980.

Horn, András: Grundlagen der Literaturästhetik, Würzburg 1993.

Ebd.: Über die ästhetische Funktion rhetorischer Figuren. In: Sprachkunst 1. Halbband (2000), S. 135-151.

Illouz, Eva: Der Konsum der Romantik. Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus, Frankfurt am Main 2003.

Iser, Wolfgang: Die Appellstruktur der Texte. Unbestimmtheit als Wirkungsbedingung literarischer Prosa, Konstanz 1970.

Ebd.: Der Akt des Lesens. Theorie ästhetischer Wirkung. 3. Auflage, München 1990.

Jaekel, Michael: Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. 2. Auflage, Wiesbaden 2002.

Jakob, Karlheinz: Maschine, Mentales Modell, Metapher: Studien zur Semantik und Geschichte der Techniksprache, Tübingen 1991.

Janich, Nina: Werbesprache. Ein Arbeitsbuch. 2. Auflage, Tübingen 2001.

Jannidis, Fotis / Lauer, Gerhard / Martinez, Matias / Winko, Simone (Hg.): Rückkehr des Autors. Zur Erneuerung eines umstrittenen Begriffs, Tübingen 1999.

Ebd. (Hg.): Texte zur Theorie der Autorschaft, Stuttgart 2003.

Jannidis, Fotis / Lauer, Gerhard / Winko, Simone (Hg.): Journal of Literary Theory, Berlin 2007.

Jarren, Otfried / Bonfadelli, Heinz (Hg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft, Bern 2001.

Jauß, Hans Robert: Ästhetische Erfahrung und literarische Hermeneutik, 1. Auflage, Frankfurt am Main 1991.

Jonard, Norbert: L'Ennui dans la littérature européenne. Des Oriines à l'aube du Xxe siècle“, Paris 1998.

Jung, Uwe / Küstner, Herbert: Semantische Mechanismen der Negation. In: Studia Grammatica XXXI, Berlin 1990.

Jurt, Joseph: Die Theorie des literarischen Feldes. Zu den literatursoziologischen Arbeiten Bourdieus und seiner Schule. In: Romanistische Zeitschrift für Literaturgeschichte, 5/1981, S. 454-479.

Kaltenbrunner, Gerhard-Klaus (Hg.): „Was aber ist schön...“. Rechtfertigung des Ästhetischen, München 1983.

Kammer, Stephan: Jenseits des ‚Texts‘. Zwei neue Studien zum Schreiben und zur Typographie. In: Text. Kritische Beiträge 8, Heidelberg 2003, S. 119-125.

Kant, Immanuel: Kritik der praktischen Vernunft und andere Schriften, Köln 1995.

Kapp, Volker (Hg.): Marcel Proust: Geschmack und Neigung, Tübingen 1989.

Kaspar, Ingolf: Minimalismus und Groteske im Kontext der postmodernen Informationskultur, Göttingen 2000.

Kemper, Peter: Retro-Kulte in der Popmusik: Geschichtsvergessenheit oder Geschichtsversessenheit? In: Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft 48/1 (2003), S. 207-222.

Keppler, Angela: Für eine Ästhetik des Fernsehens. In: Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft 48/1 (2003), S. 287-296.

Kienpointner, Manfred: Alltagslogik: Struktur und Funktion von Argumentationsmustern. Stuttgart-Bad Cannstatt 1992.

Kiesler, Reinhard: Sprachliche Mittel der Hervorhebung in der modernen portugiesischen Umgangssprache, Heidelberg 1989.

Klein, Gabriele: Bataillone menschlicher Kollektivität? Zur tänzerischen Praxis des Pop. In: Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft 48/1 (2003), S. 223-236.

Kleimann, Bernd: Das ästhetische Weltverhältnis. Eine Untersuchung zu den grundlegenden Dimensionen des Ästhetischen, München 2002.

Kloock, Daniela / Spahr, Angela: Medientheorien. Eine Einführung. 2. Auflage, München 2000.

Klosa, Annette: Negierende Lehnpräfixe des Gegenwartsdeutschen, Heidelberg 1996.

Knape, Joachim: Was ist Rhetorik? Stuttgart 2000.

Kneer, Georg: Die Pathologie der Moderne: Zur Zeitdiagnose in der „Theorie des kommunikativen Handelns“ von Jürgen Habermas, Opladen 1990.

Koch, Gerhard: Gefallen ohne Gefälligkeit: Film als Massenkunst. In: Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft 48/1 (2003), S. 273-283.

Koepnick, Lutz: Walter Benjamin and the Aesthetics of Power, London 1999.

Köhler, Andrea / Moritz, Rainer (Hg.): Maulhelden und Königskinder. Zur Debatte über die deutschsprachige Gegenwartsliteratur. 1. Auflage, Leipzig 1998.

Kohler, Georg: Geschmacksurteil und ästhetische Erfahrung. Beiträge zur Auslegung von Kants „Kritik der ästhetischen Urteilskraft“, Berlin 1980.

Köpf, Gerhard (Hg.): Rezeptionspragmatik. Beiträge zur Praxis des Lesens, München 1981.

Kopperschmidt, Josef: Argumentation. Sprache und Vernunft II, Stuttgart 1980.

Ebd.: Rhetorik: Rhetorik als Texttheorie, Bd. 1, Darmstadt 1990.

Ebd.: Rhetorische Anthropologie: Studien zum Homo rhetoricus, München 2000.

Kopperschmidt, Josef / Schanze, Helmut (Hg.): Argumente - Argumentation. Interdisziplinäre Problemzugänge, München 1985.

Kohvakka, Hannele: Ironie und Text: Zur Ergründung von Ironie auf der Ebene des sprachlichen Textes, Frankfurt am Main 1997.

Kunze, Jürgen: Kasusrelationen und semantische Emphase. In: Studia Grammatica XXXII, Berlin 1991.

Ebd.: Untersuchungen zur Funktion des emphatischen *do* im Englischen. Dissertation, Frankfurt am Main 1996.

Küpper, Joachim / Menke, Christoph (Hg.): Dimensionen ästhetischer Erfahrung, Frankfurt am Main 2003.

Kurz, Gerhard: Metapher, Allegorie, Symbol. 4. Auflage, Göttingen 1997.

Lapp, Edgar: Linguistik der Ironie. In: Tübinger Beiträge zur Linguistik, Tübingen 1992.

Larissy, Edward: Romanticism and Postmodernism, Cambridge 1999.

Lausberg, Heinrich: Elemente der Literarischen Rhetorik: Eine Einführung für Studierende der klassischen, romanischen, englischen und deutschen Philologie. 3. Auflage, München 1967.

Ebd.: Handbuch der Literarischen Rhetorik: Eine Grundlegung der Literaturwissenschaft. 3. Auflage, Stuttgart 1990.

Luhmann, Niklas: Aufsätze und Reden, Stuttgart 2001.

Ebd.: Die Kunst der Gesellschaft, Frankfurt am Main 1997.

Ebd.: Einführung in die Systemtheorie, Heidelberg 2002.

Mackensen, Lutz: Verführung durch Sprache: Manipulation als Versuchung, München 1973.

Meyer-Krentler, Eckhardt: Arbeitstechniken Literaturwissenschaft. 6. Auflage, München 1996.

Maletzke, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven, Opladen / Wiesbaden 1998.

Marchard, Philip: Marshal McLuhan. Botschafter der Medien. Biographie, Stuttgart 1999.

Matussek, Magdalena: Wortneubildung im Text, In: Beiträge zur germanistischen Sprachwissenschaft Nr. 7, Hamburg 1994.

Menke, Christoph: Paul de Man. Die Ideologie des Ästhetischen, Frankfurt am Main 1993.

Meyer, Urs / Simanowski, Roberto / Zeller Christoph (Hg.): Transmedialität. Zur Ästhetik paraliterarischer Verfahren, Göttingen 2006.

Merten, Klaus / Schmidt, Siegfried J. / Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Opladen 1994.

Meyer, Heinz: Das ästhetische Urteil, Hildesheim 1990.

Moser, Gerda Elisabeth: Das postmoderne ästhetische Tableau und seine Beziehungen zu Leben und Denken. In: Amsterdamer Beiträge zur neueren Germanistik 49 (2000), S. 35-58.

Müller, Jan-Dirk u.a. (Hg.): Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft: Neubearbeitung des Reallexikons der deutschen Literaturgeschichte, Bd. 3, Berlin 2003.

Müller, Hans-Peter: Sozialstruktur und Lebensstile. Der neuere theoretische Diskurs über soziale Ungleichheit. 2. Auflage, Frankfurt am Main 1997.

Münker, Stefan / Roesler, Alexander: Positionen der Negativität, München 1975.

Ebd.: Televisionen, Frankfurt am Main 1999.

Mukařovský, Jan: Kapitel aus der Ästhetik, Frankfurt am Main 1970.

Mundt, Theodor: Die Kunst der deutschen Prosa. Ästhetisch, literargeschichtlich, gesellschaftlich, Göttingen 1969.

Musner, Lutz: Kulturwissenschaften und Cultural Studies: Zwei ungleiche Schwestern? In: KulturPoetik 1 (2001), S. 261-271.

Neumann-Braun, Klaus / Schmidt, Axel / Mai, Manfred (Hg.): Popvisionen: Links in die Zukunft, Frankfurt am Main 2003.

Nguemning, André: Untersuchungen zur „Topik“ des Aristoteles mit besonderer Berücksichtigung der Regeln, Verfahren und Ratschläge zur Bildung von Definitionen, Frankfurt am Main 1990.

Nowotny, Helga: Unersättliche Neugier. Innovation in einer fragilen Zukunft, Berlin 2005.

Nutz, Walter: Trivialliteratur und Popularkultur. Vom Heftromanleser zum Fernsehzuschauer. Eine literatursoziologische Analyse unter Einschluß der Trivialliteratur der DDR, Opladen / Wiesbaden 1999.

Ohmer, Anja: Fakten und Fiktion. Zur Authentizitätsdebatte in der deutschen Gegenwartsliteratur. In: entwürfe 39 (2004), S. 67-76.

Ortland, Eberhard: Ist Ästhetik eine Wissenschaft? Nachfragen zu einer Berliner Diskussion. In: Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft 48/1 (2003), S. 303-313.

Ostermann, Eberhard: Ästhetische und personale Identität. Aspekte ihres Zusammenhangs. In: Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft 48/1 (2003), S. 11-27.

Osthus, Dietmar: Metaphern im Sprachenvergleich. In: Bonner Romanistische Arbeiten, Bd. 70, Frankfurt am Main 2000.

Pankau, Johannes G.: Rhetorik. Bd. 19, Tübingen 2001.

Perelman, Chaïm: Das Reich der Rhetorik: Rhetorik und Argumentation, München 1980.

Perniola, Mario: Ekel. Die neuen ästhetischen Tendenzen, Wien 2003.

Pfister, Andreas: Der Autor in der Postmoderne. Mit einer Fallstudie zu Patrick Süskind. Dissertation, Universität Fribourg 2005.
www.ethesis.unifr.ch/theses/downloads.php?file=PfisterA.pdf

Pielenz, Michael: Argumentation und Metapher, Tübingen 1993.

Pilz, Bodo: Symbol – Sozietät – Subjekt: Zum Symbol- und Subjektskonzept in der Theorie kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas. Versuch einer ausgewählten und kritischen Rekonstruktion, Oldenburg 1992.

Platz, Norbert H.: Die Beeinflussung des Lesers. Untersuchungen zum Pragmatischen Wirkungspotential viktorianischer Romane zwischen 1844 und 1872, Tübingen 1986.

Plett, Bettina: Die Kunst der Allusion: Formen literarischer Anspielungen in den Romanen Theodor Fontanes, Köln 1986.

Plett, Heinrich F. von: Einführung in die rhetorische Textanalyse. 8. Auflage, Hamburg 1991.

Ebd.: Rhetorik: Kritische Positionen zum Stand der Forschung, München 1977.

Ebd.: Systematische Rhetorik. Konzepte und Analysen, München 2000.

Ebd.: Textwissenschaft und Textanalyse: Semiotik, Linguistik, Rhetorik. 2. Auflage, Heidelberg 1979.

Postmann, Neil: Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie, Frankfurt am Main 1988.

Primavesi, Oliver: Die Aristotelische Topik: Ein Interpretationsmodell und seine Erprobung am Beispiel von Topik B. In: Zetemata, München 1996.

Prodoehl, Hans Gerd: Theorie des Alltags. Soziologische Schriften, Nr.39, Berlin 1983.

Qian, Minru: Untersuchungen zur Negation in der deutschen Gegenwartssprache: Eine mikro- und makrostrukturelle Analyse, Heidelberg 1987.

Rausch, Rose-Yvonne: Identität – ein Gestaltungsexperiment. Vorschläge aus der ästhetischen Bildung für eine zeitgemäße individuelle Orientierung, Oldenburg 1999.

Riemenschneider, Michael: Der Wert von Produktivität. Wirkung großer Sortimente auf das Verhalten von Konsumenten, Wiesbaden 2006.

Rosenberger, Günther: Risiken für Konsumkompetenz und Persönlichkeitsentwicklung in der Wohlstandsgesellschaft, Frankfurt am Main 2005.

Rosenkranz, Karl: Ästhetik des Hässlichen. 2. Auflage, Leipzig 1996.

Rupp, Gerhard (Hg.): Ästhetik im Prozeß, Wiesbaden 1998.

Sandbothe, Mike: Was ist Medienphilosophie? In: Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft 48/1 (2003), S. 198-206.

Schanze, Helmut: Literaturwissenschaft – Medienwissenschaften – Medienwissenschaft: Von der Literaturwissenschaft zur Medienwissenschaft. In: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 132 (2003), S. 141-146.

Schimmang, Jan: Pars pro toto. In: Ästhetik und Kommunikation, Nr. 136, 38. Jahrgang, Berlin 2007, S. 48-51.

Schirren, Thomas / Ueding, Gert (Hg.): Topik und Rhetorik: Ein interdisziplinäres Symposium, Tübingen 2000.

Schlobinski, Peter / Kohl, Gaby / Ludewigt, Irmgard: Jugendsprache: Fiktion und Wirklichkeit, Opladen 1993.

Schmalhaus, Stefan: Literarische Anspielungen als Darstellungsprinzip: Studien zur Schreibmethodik von Jakob Michael Reinhold Lenz. In: Germanistik Bd. 8, Hamburg 1994.

Schmidhauser, Beda: Kausalität als linguistische Kategorie: Mittel und Möglichkeiten für Begründungen. RGL, Tübingen 1995.

Schmitz-Emans, Monika: Spiegelt sich Literatur in der Wirklichkeit? Überlegungen und Thesen zu einer Poetik der Vorahmung, Göttingen 1994.

Ebd.: Das Ich als literarisches Projekt. Beitrag zum Bochumer Kolloquium über „Autorität und Authentizität“, Ruhr-Universität Bochum, 1999, www.uni-koeln.de/phil-fak/roman/home/geyer/kts/german/schmitz-essay1.html.

Schneider, Norbert: Geschichte der Ästhetik von der Aufklärung bis zur Postmoderne. Eine paradigmatische Einführung, Stuttgart 2002.

Schönherr-Mann, Hans-Martin: Politischer Liberalismus in der Postmoderne. Zivilgesellschaft, Individualisierung, Popkultur, München 2000.

Schücking, Levin Ludwig: Soziologie der literarischen Geschmacksbildung, 3. Auflage, Bern 1961.

Schulze, Gerhard: Alltagsästhetik und Lebenssituation. Eine Analyse kultureller Segmentierung in der Bundesrepublik Deutschland. In: Soeffner, Hans-Georg (Hrsg.): Kultur und Alltag. Göttingen 1988, S. 71-92.

Ebd.: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. 1. Auflage, Frankfurt am Main 1992.

Ebd.: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. 8. Auflage, Frankfurt am Main 2000.

Schumacher, René: ‚Metapher‘: Erfassen und Verstehen frischer Metaphern. Dissertation, Tübingen 1997.

Schütte, Michael: Die Rolle des Hässlichen in Kunst und Ästhetik. In: Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft 48/1 (2003), S. 297-301.

Schweizer, Hans Rudolf (Hg.): Alexander Gottlieb Baumgarten: Theoretische Ästhetik. Die grundlegenden Abschnitte aus der „Aesthetica“ (1750/58), Hamburg 1983.

Schwering, Gregor / Zelle, Carsten (Hg.): Ästhetische Positionen nach Adorno, München 2002.

Seel, Martin: Ästhetik des Erscheinens, München / Wien 2000.

Sonderegger, Ruth: Adorno geht in das Theater von René Pollesch und fragt nach Kulturkritik heute. In: Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft 48/2 (2003), S. 175-193.

Ebd.: Für eine Ästhetik des Spiels. Hermeneutik, Dekonstruktion und der Eigensinn der Kunst, Frankfurt am Main 2000.

Soeffner, Hans-Georg (Hg.): Kultur und Alltag, Göttingen 1988.

Sontag, Susan: Kunst und Antikunst: 24 literarische Analysen. Übersetzung Mark W. Rien, 6. Auflage, Frankfurt am Main 2003.

Sorg, Reto / Mettauer, Adrian / Proß, Wolfgang (Hg.): Zukunft der Literatur – Literatur der Zukunft. Gegenwartsliteratur und Literaturwissenschaft, München 2003.

Spörl, Uwe: Die Textualitäts-These aus Sicht von Hermeneutik und anthropologischer Literaturwissenschaft. In: TextPoetik 2 (2002), S. 106-107.

Spörri, Hansruedi: Werbung und Topik: Textanalyse und Diskurskritik, Bern 1993.

Stäheli, Urs: Poststrukturalistische Soziologien, Bielefeld 2000.

Stanitzek, Georg / Voßkamp, Wilhelm (Hg.): Schnittstelle: Medien und kulturelle Kommunikation, Köln 2001.

Stanzel, Kranz K: Theorie des Erzählens, 6. Auflage, Göttingen 1995.

Stickel, Gerhard (Hg.): Deutsche Gegenwartssprache: Tendenzen und Perspektiven, In: Jahrbuch Institut für deutsche Sprache 1989, Berlin 1990.

Stoermer, Fabian: Die Textualitäts These aus Sicht der Dekonstruktion. In: TextPoetik 2 (2002), S. 105-106.

Strinati, Dominic: An Introduction to Theories of Popular Culture, London 1995.

Stegert, Gernot: Feuilleton für alle: Strategien im Kulturjournalismus der Presse, Tübingen 1998.

Strecker, Bruno: Strategien des Kommunikativen Handelns. Zur Grundlegung einer Grammatik der Kommunikation, Düsseldorf 1987.

Tao, Kun: Syntaktische Untersuchungen zum Adjektivgebrauch in der deutschen Gegenwartssprache: Am Material von literarischen Texten Heinrich Bölls, Tübingen 1991.

Tetsuro, Kaji / Hallensleben, Markus / Hamazaki, Keiko u. a. (Hg.): Medien und Rhetorik. Grenzgänge der Literaturwissenschaft, München 2003.

Theile, Gert (Hg.): Das Schöne und das Triviale, München 2003.

Treichel, Hans-Ulrich: Auslöschungsverfahren: Exemplarische Untersuchungen zur Literatur und Poetik der Moderne, München 1995.

Toulmin, Stephen: Der Gebrauch von Argumenten. Aus dem Englischen von Ulrich Berk, Kronberg 1975.

Ueding, Gert: Rhetorik des Schreibens: Eine Einführung. 4. Auflage, Weinheim 1996.

Ebd.: Aufklärung über Rhetorik: Versuche über Beredsamkeit, ihre Theorie und praktische Bewährung, Tübingen 1992.

Ebd.: Einführung in die Rhetorik: Geschichte, Technik, Methode, Stuttgart 1976.

Ullmaier, Johannes: Kulturwissenschaft im Zeichen der Moderne. Hermeneutische und kategoriale Probleme, Tübingen 2001.

Ebd.: Von Acid nach Adlon. Eine Reise durch die deutschsprachige Pop-Literatur, Mainz 2001.

Upmeyer, Arnold: Soziale Urteilsbildung, Stuttgart 1985.

Vetter, Helmut / Heinrich, Richard (Hg.): Die Wiederkehr der Rhetorik, Wien 1999.

Villwock, Jörg: Metapher und Bewegung, Frankfurt am Main 1983.

Ebd.: Rhetorik: Formen und Entfaltung in Philosophie und Dichtung. Eleusis Bd. 3, Hamburg 2000.

Wagner, Klaus R.: Pragmatik der deutschen Sprache, Frankfurt am Main 2001.

Wehde, Susanne: Typographische Kultur. Eine zeichentheoretische und kulturgeschichtliche Studie zur Typographie und ihrer Entwicklung, Tübingen 2000.

Weimar, Klaus u.a. (Hg.): Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft. Neubearbeitung des Reallexikons der deutschen Literaturgeschichte, 3 Bände, Bd. 1, Berlin 1997-2003.

Weinrich, Harald: Linguistik der Lüge, Heidelberg 1966.

Weinzierl, Rupert: Fight the Power! Eine Geheimgeschichte der Popkultur & die Formierung neuer Substreams, Wien 2000.

Welsch, Wolfgang: Ästhetisches Denken. 6. Auflage, Stuttgart 2003

Ebd.: Grenzgänge der Ästhetik, Stuttgart 1996.

Ebd.: Unsere postmoderne Moderne. 6. Auflage, Berlin 2002.

Wenzel, Christian Helmut: Subjektive Allgemeingültigkeit des Geschmacksurteils bei Kant, Berlin 2000.

Werber, Niels: Die Textualitätsthese aus Sicht der Systemtheorie. In: TextPoetik 2 (2002), S. 111-112.

Wess, Robert: Kenneth Burke: Rhetoric, Subjectivity, Postmodernism, Cambridge 1996.

Wilczek, Reinhard: Ich find' dich scheiße - Anmerkungen zur (literarischen) Analkultur der Gegenwart. In: Wirkendes Wort 52 (2002), S.138-148.

Willkomm, Liebgunde: Ästhetisch erleben: Eine psychologische Untersuchung des Übergangs von Kunsterleben und Kitscherleben, Hildesheim 1981.

Winkels, Hubert: Leselust und Bildermacht: Literatur, Fernsehen und Neue Medien, Köln 1997.

Wilpert, von, Gero: Sachwörterbuch der Literatur, 8. Auflage, Stuttgart 2001.

Wilss, Wolfram: Anspielungen: Zur Manifestation von Kreativität und Routine in der Sprachverwendung, Tübingen 1989.

Ebd.: Wortbildungstendenzen in der deutschen Gegenwartssprache: Theoretische Grundlagen - Beschreibung - Anwendung, Tübingen 1986.

Wippermann, Peter (Hg.): Duden: Wörterbuch der Szenesprachen, Mannheim 2000.

Wuchterl, Kurt: Lehrbuch der Philosophie: Probleme – Grundbegriffe – Einsichten, 4. Auflage, Bern / Stuttgart 1992.

Zembylas, Tasos: Die Textualitäts-These aus kulturpragmatischer Sicht. In: TextPoetik 2 (2002), S. 109.

Zima, Peter, V.: Das literarische Subjekt: Zwischen Spätmoderne und Postmoderne, Tübingen / Basel 2001.

Zipfel, Frank: Fiktion, Fiktivität, Fiktionalität. Analysen zur Fiktion in der Literatur und zum Fiktionsbegriff in der Literaturwissenschaft. Berlin 2001.

Internet

<http://www.berlinonline.de/berlinerzeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2000/0404/feuilleton.html>

<http://www.iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/autor-inhalt.html>

<http://www.iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/autor4.html>

<http://www.iasl.uni-muenchen.de/rezensio/liste/jahraus4.html>

<http://www.iasl.uni-muenchen.de/rezensio/liste/rauen.html>

<http://www.literaturkritik.de>

http://www.orf.at/orfon/kultur/020114-6979/6979abs_story.html

<http://www.titel-forum.de>

http://www1.uni-hamburg.de/JC.Meister/texte/Implied_author/index.html

<http://www.uni-koeln.de/phil-fak/home/geyer/kts/german/schmitz-essay1.htm>

<http://www.uni-tuebingen.de/uni/nas/definition/rhetorik.html>

<http://www.wdr.de/tv/menschen-hautnah/archiv/2004/06/02.phtml>

http://www.welt.de/print-wams/article111567/Ueber_wen_denn_bitte_sonst.html

http://www.wikipedia.org/wiki/Marsch_durch_die_Institutionen

http://www.willybrandt.org/bwbs_bibliografie/Wandel_durch/Annaeherung_G1167.html

Wörterbücher und Lexika

Brockhaus Enzyklopädie, Sci-Sq, 19. Auflage, Mannheim 1993.

Duden: Deutsches Universalwörterbuch, 4. Auflage, Mannheim 2001.

Fischer Lexikon: Publizistik, Massenkommunikation. 2. Auflage, Frankfurt am Main 2003.

Gabler Wirtschaftslexikon, A-E, 13. Auflage, Wiesbaden 1992.

Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft. Neubearbeitung des Reallexikons der deutschen Literaturgeschichte, Bd. 1-3, Hgg. Harald Fricke u. a., Berlin 1997-2003.

Zeitungen und Zeitschriften

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 04.04.2004, Nr. 14

Krisis: Beiträge zur Kritik der Warengesellschaft. Nr. 25, 2002.

Monopol. Magazin für Kunst und Leben, Nr. 3, Berlin 2004.

Pop und Literatur Bd. 7, Testcard: Beiträge zur Popgeschichte, Mainz 1999.

Süddeutsche Zeitung vom 02.06.2004, Nr. 125

Süddeutsche Zeitung vom 22./23.05.2004, Nr. 117

Wirkendes Wort: Deutsche Sprache und Literatur in Forschung und Lehre, Nr. 1, 2002

Zeitliteratur: Nr. 41, Oktober 2002.